



ศัทยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ของบุคลากรสายวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ของบุคลากรสายวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม



โดย
นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

INNOVATIVE CREATIVITY POTENTIAL OF ACADEMIC STAFF IN NORTHERN
RAJABHAT UNIVERSITIES FOR INNOVATION PERFORMANCE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for Doctor of Philosophy MANAGEMENT

Silpakorn University

Academic Year 2022

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
ของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ
เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

โดย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์

สาขาวิชา การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุष्ฎีบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎฎาลักษณัฎ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินัทรัฐ รัตนพงศัฎฎิณู

คณะวิทยาการจัฎฎการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณานอมนัฎให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปรัชญาดุष्ฎีบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาการจัฎฎการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธรณัฎนัฎ)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. กรไชย พรลภัสสรชกร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎฎาลักษณัฎ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินัทรัฐ รัตนพงศัฎฎิณู)

.....ผู้ทรงคุณวุฎฎิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตพนัทร ชุมเกตุ)

.....ผู้ทรงคุณวุฎฎิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกฤทธิ อัมพะวัต)

61604801 : การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาคุณฐิบัณฑิต

คำสำคัญ : ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม, บรรยากาศองค์กร, วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์, บุคลิกภาพเชิงรุก, การรับรู้ความสามารถของตนเอง, พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม, ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

นางสาว พิษญาพร พิรพันธุ์: ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจริญลักษณ์

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ 1) เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม 2) เพื่อทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 3) เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 4) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 5) เพื่อทดสอบอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 6) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 7) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 8) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 9) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่าง วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 10) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเริ่มด้วยการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จำนวน 420 คน ใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการวิเคราะห์เส้นทางเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Approach) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคลากรสายวิชาการที่มีความรู้ความสามารถและมีผลการปฏิบัติงานเชิงประจักษ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเป็นอย่างดี จำนวน 11 คน

ผลการวิจัยตามสมมติฐาน พบว่า 1) ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม 2) พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 3) ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 4) บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 5) วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 6) บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 7) บุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 8) การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 9) การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม วิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยใช้ซอฟต์แวร์ SmartPLS หรือเรียกว่า PLS-SEM ที่เป็นกลุ่มที่ใช้ความแปรปรวนเป็นฐาน (Variance-Based SEM: VB-SEM) เป็นสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model) พบว่า คุณภาพโมเดลภาพรวมมีคุณภาพสูง โดยมีค่า SRMR เท่ากับ 0.80 และค่า NFI เท่ากับ 0.90 และพบว่าค่าน้ำหนักของค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่มีค่ามากที่สุด คือศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม มีค่าเท่ากับ 0.87 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถอธิบาย ยืนยัน และขยายผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณได้เป็นอย่างดีทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ประโยชน์จากการวิจัยนี้สามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยมีทฤษฎีพื้นฐานในการวิจัยคือ ทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential Theory of creativity) และทฤษฎีทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ซึ่งนำมาใช้ในการบูรณาการเพื่อพัฒนาตัวแปรหลักคือศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย โดยสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร เพื่อเพิ่มผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่ดีขึ้น และเกิดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อไป

61604801 : Major MANAGEMENT

Keyword : Innovative Creativity Potential, Organizational Climate, Constructive Organizational Culture, Proactive Personality, Self-efficacy, Innovative Behavior, Innovation Performance

MISS Pichayaporn PEERAPAN : Innovative Creativity Potential of Academic Staff in Northern Rajabhat Universities for Innovation Performance Thesis advisor : Assistant Professor Viroj Jadesadalug, Ph.D.

The purpose of this research were 1) to examine the influences of Innovative Creativity Potential on Innovative Behavior 2) to examine the influences of Innovative Behavior on Innovation Performance 3) to examine the influences of Innovative Creativity Potential on Innovation Performance 4) to examine the influences of Organizational Climate on Innovative Creativity Potential 5) to examine the influences of Constructive Organizational Culture on Innovative Creativity Potential 6) to examine the influences of Proactive Personality as moderating variable to the relationship between Organizational Climate and Innovative Creativity Potential 7) to examine the influences of Proactive Personality as moderating variable to the relationship between Constructive Organizational Culture and Innovative Creativity Potential 8) to examine the influences of Self-efficacy as moderating variable to the relationship between Organizational Climate and Innovative Creativity Potential 9) to examine the influences of Self-efficacy as moderating variable to the relationship between Constructive Organizational Culture and Innovative Creativity Potential 10) to study the guidelines for developing Innovative Creativity Potential of Academic Staff in Northern Rajabhat Universities for Innovation Performance. The mixed methods research methodology was used in the study by complying with the Explanatory Sequential Design; started by using a quantitative approach to study the causal relationship of Innovative Creativity Potential. Quantitative data were gathered by using the questionnaire which was responded by 420 academic staff in Northern Rajabhat Universities. The causal model was analyzed by using structural equation modeling and the hypotheses were evaluated using path analysis. Following that, a qualitative approach using a phenomenological approach has been used to conduct in-depth interviews with 11 key informants who are the academic staff in Northern Rajabhat Universities who have capabilities and empirical innovation performance.

The results of the hypothesis test indicated that 1) Innovative Creativity Potential has a positive influence on Innovative Behavior 2) Innovative Behavior has a positive influence on Innovation Performance 3) Innovative Creativity Potential has a positive influence on Innovation Performance 4) Organizational Climate has a positive influence on Innovative Creativity Potential 5) Constructive Organizational Culture has a positive influence on Innovative Creativity Potential 6) Proactive Personality has a positive moderating influence variable on the relationship between Organizational Climate and Innovative Creativity Potential 7) Proactive Personality doesn't have a positive moderating influence on the relationship between Constructive Organizational Culture and Innovative Creativity Potential 8) Self-efficacy doesn't have a positive moderating influence to the relationship between Organizational Climate and Innovative Creativity Potential 9) Self-efficacy doesn't have a positive moderating influence to the relationship between Constructive Organizational Culture and Innovative Creativity Potential. Structural Equation Model (SEM) was analyzed by using SmartPLS software, also called PLS-SEM, which is variance-based SEM (VB-SEM) that is a Partial Least Square Structural Equation Model. It was found that the model fit was high with SRMR value was 0.80 and NFI value was 0.90. The most valuable of the path coefficient is that Innovative Creativity Potential has a positive effect on Innovative Behavior with a value of 0.87. The qualitative research results could explain and elaborate on the quantitative findings. The contributions of this research can explain the causality of Innovative Creativity Potential that has the componential theory of creativity and the social cognitive theory as the foundation theories for integrating and constructing the variables and conceptual framework. The research results can be used to manage for developing Innovative Creativity Potential of academic staff for enhancing innovation performance and gaining the sustainable competitive advantage.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์และสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความเมตตาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ทุ่มเทในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ กลับกรอง ตรวจสอบ ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของงานตลอดการศึกษาในครั้งนี้ กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน ที่กรุณาให้การชี้แนะอันมีคุณค่าในการ ปรับปรุงงานวิจัยนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง ดร.สรณ โภชนจันทร์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์พสุตม์ สารนุวัฒน์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยและให้คำแนะนำ ในการพัฒนาเครื่องมือให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ ข้อมูลประกอบการศึกษาทั้งในรูปแบบการตอบแบบสอบถามและการให้สัมภาษณ์เชิงลึก ทำให้การดำเนินการ วิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต และ กราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ ประสาทวิชา ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์อันมีคุณค่าแก่ผู้วิจัย ตลอดจนผู้พิมพ์หนังสือ ตำรา และเอกสารทางวิชาการ ทุกรูปแบบทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ อันมีคุณประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและการจัดทำวิทยานิพนธ์นี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อวรสันต์-คุณแม่เอื้อมพร พิรพันธุ์ และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่สำคัญมาโดยตลอด ตลอดจน ผู้มีพระคุณ และกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจในการศึกษา

คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาเป็นกตเวทิตาแด่พระคุณ บิดา มารดา บุรพจารย์ ผู้มีพระคุณ ที่ให้การเลี้ยงดู อบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้เจริญเติบโตและอยู่เคียงข้างผู้วิจัย เสมอมา

นางสาว พิชญาวร พิรพันธุ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
คำถามการวิจัย.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	15
1. บริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ.....	15
2. ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย.....	21
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	27
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	56
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	66
6. การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย.....	89

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	91
ขั้นตอนการวิจัย	92
ระเบียบวิธีวิจัย.....	95
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของวิจัยเชิงปริมาณ	95
2. ผู้ให้ข้อมูลหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพ	96
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	97
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	101
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล	108
6. การจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	110
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	114
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	120
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	124
1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	124
1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	126
1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	132
1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม .	137
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและการเตรียมข้อมูลเบื้องต้น	149
2.1 ผลการตรวจสอบข้อมูลขาดหาย	149
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	159
3.1 ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ	159
3.2 ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง.....	163
3.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุและปัจจัยผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ เชิงนวัตกรรม.....	167
3.4 ผลการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัย.....	173

3.5 ผลทดสอบอิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย.....	175
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	178
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก	179
4.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	180
4.3 ผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	186
4.4 ปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	190
4.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิง นวัตกรรม.....	205
บทที่ 5 สรุปผลและอภิปรายผล	207
สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ	208
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	213
การอภิปรายผลการวิจัย.....	221
บทที่ 6 ประโยชน์และข้อเสนอแนะ.....	230
ประโยชน์ของการวิจัย.....	230
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	237
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	238
รายการอ้างอิง.....	241
ภาคผนวก	274
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์.....	275
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	278
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง	288
ภาคผนวก ง หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย	292
ภาคผนวก จ หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล	296
ภาคผนวก ฉ หนังสือขอความอนุเคราะห์ขอสัมภาษณ์.....	305

ภาคผนวก ช คู่มือศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	307
ประวัติผู้เขียน	319



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 นิยามของนวัตกรรม.....	30
ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	35
ตารางที่ 3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในกระบวนการสร้างสรรค์.....	51
ตารางที่ 4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาและสมมติฐานของการวิจัย.....	88
ตารางที่ 5 สัดส่วนตัวอย่างแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ.....	96
ตารางที่ 6 สัดส่วนผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	97
ตารางที่ 7 สรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน.....	104
ตารางที่ 8 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองของกลุ่มทดลอง 2.....	106
ตารางที่ 9 รายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม.....	109
ตารางที่ 10 เกณฑ์วัดแบบจำลองการวัด (Measurement Model).....	118
ตารางที่ 11 เกณฑ์วัดแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model).....	119
ตารางที่ 12 ชื่อและอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา.....	122
ตารางที่ 13 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนค่าทางสถิติ.....	123
ตารางที่ 14 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	124
ตารางที่ 15 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านทักษะการคิดนอกกรอบ (LTS).....	127
ตารางที่ 16 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (CL).....	128
ตารางที่ 17 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสรรค์ (CKS).....	129

ตารางที่ 18 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการบูรณาการทางเทคโนโลยี (TI).....	130
ตารางที่ 19 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (CPD)	131
ตารางที่ 20 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการสร้างความคิดใหม่ (IG).....	132
ตารางที่ 21 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (IIM)	134
ตารางที่ 22 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CI)	135
ตารางที่ 23 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของผล การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP).....	136
ตารางที่ 24 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ บรรยากาศองค์กร ด้านสิ่งจูงใจขององค์กร (OI)	137
ตารางที่ 25 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ บรรยากาศองค์กร ด้านงานที่มีความท้าทาย (CW).....	138
ตารางที่ 26 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ บรรยากาศองค์กร ด้านความพร้อมของทรัพยากร (RR).....	139
ตารางที่ 27 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ บรรยากาศองค์กร ด้านอิสระในงาน (WA)	140
ตารางที่ 28 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ บรรยากาศองค์กร ด้านการส่งเสริมของหัวหน้างาน (SE).....	141
ตารางที่ 29 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ บรรยากาศองค์กร ด้านบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (TCI).....	142
ตารางที่ 30 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการมุ่งเน้นความสำเร็จ (AO).....	143

ตารางที่ 31 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (SA).....	144
ตารางที่ 32 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (PM)	145
ตารางที่ 33 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (IR).....	146
ตารางที่ 34 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)	147
ตารางที่ 35 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของการ รับรู้ความสามารถของตนเอง (SE).....	148
ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	150
ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต	151
ตารางที่ 38 สรุปผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบจำลองการวัดแบบองค์ประกอบ (Formative)	153
ตารางที่ 39 สรุปผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบการวัดชนิดสะท้อน (Reflective).....	155
ตารางที่ 40 สรุปผลการวิเคราะห์ ρ_A ρ_C และ AVE เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบการวัดชนิดสะท้อน (Reflective).....	157
ตารางที่ 41 ผลวิเคราะห์ค่า HTMT.....	158
ตารางที่ 42 ค่า Fornell-Larcker Criterion เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก.....	159
ตารางที่ 43 ผลการทดสอบทางสถิติ Bootstrap ของโมเดลคอมพิวเตอร์เชิงยืนยัน.....	162
ตารางที่ 44 ค่า T-Statistics ของสัมประสิทธิ์เส้นทางโมเดลโครงสร้าง (Inner Model).....	164
ตารางที่ 45 ค่า T-Statistics ของ Outer Model	166
ตารางที่ 46 สรุปองค์ประกอบศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	168
ตารางที่ 47 สรุปองค์ประกอบพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม.....	169
ตารางที่ 48 สรุปองค์ประกอบบรรยากาศองค์กร.....	171

ตารางที่ 49	สรุปองค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์	172
ตารางที่ 50	ค่าอิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย.....	175
ตารางที่ 51	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	177



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 Amabile's Componential Theory of Organizational Creativity	22
ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ.....	25
ภาพที่ 3 แสดงการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังของผลที่เกิดขึ้น	26
ภาพที่ 4 อิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม	62
ภาพที่ 5 อิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	64
ภาพที่ 6 อิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	66
ภาพที่ 7 อิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	75
ภาพที่ 8 อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	82
ภาพที่ 9 อิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	85
ภาพที่ 10 อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	88
ภาพที่ 11 กรอบแนวคิดการวิจัย	90
ภาพที่ 12 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	94
ภาพที่ 13 ตัวแบบสมการโครงสร้างศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	113
ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างด้วย SmartPLS	149
ภาพที่ 15 ผลการวิเคราะห์ PLS-SEM.....	160

ภาพที่ 16 ผลการวิเคราะห์การมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Consistent PLS Bootstrapping.....	163
ภาพที่ 17 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	167
ภาพที่ 18 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม.....	169
ภาพที่ 19 ผลการวิเคราะห์บรรยากาศองค์กร.....	170
ภาพที่ 20 ผลการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์.....	172
ภาพที่ 21 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม.....	174
ภาพที่ 22 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	204
ภาพที่ 23 สรุปผลการวิจัย.....	220



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงที่ผ่านมา การก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นทักษะที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลง และเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการพัฒนาตนเองของบุคคล ที่สอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้สถานการณ์ วิกฤตทางสังคมและเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและพลิกผัน (Disruptive Innovation) นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลจึงเป็นตัวขับเคลื่อนในการยกระดับและสนับสนุนความสำเร็จขององค์กร (Wang et al., 2014) ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เป็นความสามารถในการคิดหาแนวคิด แนวทาง และวิธีแก้ปัญหาใหม่ๆ ที่สามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานช่วยให้พบโอกาสใหม่ ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ และสามารถแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่แตกต่าง จึงเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง และยังเป็นตัวขับเคลื่อนหลักและเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (Melbado, 2023) ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานจึงเป็นทรัพยากรอันมีค่าที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Hassan, Malik and Hasnain, 2013)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของสติปัญญาของมนุษย์โดยทั่วไป มีพื้นฐานมาจากความสามารถในชีวิตประจำวัน เช่น การเชื่อมโยงของความคิด การเตือนความจำ การรับรู้ การคิดเชิงเปรียบเทียบ หรือการค้นหาคำตอบอย่างสร้างสรรค์ ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับมิติทางความคิด (การสร้างความคิดใหม่ ๆ) แต่ยังรวมถึงแรงจูงใจและอารมณ์อีกด้วยและยังเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับบริบททางวัฒนธรรมและปัจจัยด้านบุคลิกภาพ อีกนัยหนึ่งการมีความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงความสามารถของสมองที่ได้รับการออกแบบมา เพื่อช่วยในการแก้ปัญหาที่โศกเศร้าใหม่ ๆ ที่ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สร้างสรรค์ แก้ปัญหากับลูกค้า หรือระดมความคิดใหม่ ๆ กับทีมงานได้ (Boden, 2004; Brann, 2017) ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบภายในตัวบุคคล ตามทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ ได้แก่ ทักษะที่เกี่ยวข้องในงาน (ความเชี่ยวชาญในงาน) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (กระบวนการทางปัญญาและบุคลิกภาพที่เอื้อต่อการสร้างความคิดใหม่) และแรงจูงใจในการทำงาน (โดยเฉพาะแรงจูงใจที่แท้จริงในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดจากความเพลิดเพลิน หรือความรู้สึกท้าทายส่วนตัว) และองค์ประกอบภายนอกตัวบุคคล คือสภาพแวดล้อมโดยรอบ โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมทางสังคม (Amabile, 2012) ทั้งนี้

ความคิดสร้างสรรค์ในระดับปัจเจกบุคคล มุ่งเน้นไปที่ศักยภาพของแต่ละบุคคลในการสร้างความคิดใหม่และเป็นประโยชน์ ในขณะที่นวัตกรรมเกี่ยวข้องกับกระบวนการประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ (Kim, 2020) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้รับการยอมรับว่าเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 และเป็นทักษะที่สามารถส่งเสริมศักยภาพของบุคคลโดยการกระตุ้นเชิงบวกของแต่ละบุคคล ซึ่งทักษะเหล่านี้มีคุณค่าในบริบทต่าง ๆ ที่จะต้องนำไปปรับใช้ให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง (Nakano and Wechsler, 2018)

ศักยภาพของบุคลากรในองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการที่จะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ การดำเนินงานขององค์กรจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถ ทักษะ ทักษะทัศนคติและ พฤติกรรมของบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้กับองค์กร เนื่องจากสภาพแวดล้อมขององค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บุคลากรจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ นโยบายระเบียบปฏิบัติ การขยายงาน การปรับปรุงเปลี่ยนแปลง โครงสร้าง ฯลฯ และสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง หากไม่มีการพัฒนาบุคลากรในองค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแล้ว ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์กรได้ (พิมพ์ลักษณ์ อยู่วัฒนา, 2557) อย่างไรก็ตาม การที่จะผลักดันให้เกิดการสร้างนวัตกรรมขององค์กรได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการจัดการองค์กรอย่างเหมาะสมควบคู่กันไปกับการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อช่วยส่งเสริมให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ ที่ช่วยในการแก้ไขปัญหาให้กับองค์กร (ธนกร คงรัตน์, 2560) ทั้งนี้ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจึงมีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ดังนั้นศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคคล จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมและส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรและทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะและความสามารถในการสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งรวมถึงความสามารถในการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ความมั่นใจในความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความสามารถในการพัฒนาความคิดของบุคคล และความสามารถในการค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ ซึ่งเชื่อมโยงกับการรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Kim, 2020) และนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม โดยการนำความคิดสร้างสรรค์ไปปฏิบัติ ประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่า (Kemer and Altuntas, 2017) ทั้งนี้ ศักยภาพทักษะความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลสามารถเติบโตได้ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ กระบวนการคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมเฉพาะ ดังนั้นกระบวนการสร้างสรรค์อาจได้รับการส่งเสริมหรือขัดขวางจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การพัฒนาทางสังคม ตลอดจนเทคนิคและระบบต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ ทักษะการคิดสร้างสรรค์ จึงได้รับการพิจารณาจากองค์กรในปัจจุบันให้เป็นสมรรถนะหรือความสามารถที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาไปสู่องค์กร

แห่งนวัตกรรม (Amabile, 2012) รวมถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการสร้างความสำเร็จและความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กร

ด้วยสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงและแรงผลักดันในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ทำให้กระบวนการทางธุรกิจและรูปแบบการแข่งขันเปลี่ยนไป ธุรกิจต้องขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้ทุกองค์กรต้องตระหนักถึงการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน มุ่งเน้นการส่งเสริมการพัฒนาบุคคล การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิก ความคิดสร้างสรรค์จะช่วยให้พนักงานปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร และพนักงานจำเป็นต้องมีระบบสนับสนุนเพื่อแสดงความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและผลิตภาพขององค์กร (Ibrahim et al., 2016) ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร ไม่เพียงแต่มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจเท่านั้น องค์กรภาครัฐก็ต้องการบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นความสามารถหลัก เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากองค์กรภาครัฐก็ต้องการปรับเปลี่ยนระบบให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ อันแปรผันไปตามสภาพพลวัตของการเปลี่ยนแปลง และการปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล (Digitalization) สอดรับและส่งเสริมประเทศไทย 4.0 ที่มีนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมเพื่อพัฒนาประเทศไทยไปสู่ ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2019)

สถาบันการศึกษาเป็นองค์กรหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทย สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการสร้างเสริมสภาพสังคมที่พึงประสงค์และสอดคล้องทันต่อแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของประเทศ นอกจากนี้อุดมศึกษา ยังสนับสนุนการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ชาติที่ต้องการเห็นประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยผ่านกระบวนการเรียนการสอน บนความรับผิดชอบและมีคุณภาพทางการศึกษา การสร้างงานวิจัยและนวัตกรรมที่ตอบโจทย์การพัฒนาประเทศสามารถนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการสร้างองค์ความรู้ที่ตรงกับความต้องการของภาคสังคม ชุมชน ท้องถิ่น และภาคการผลิตจริง ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในการเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญของการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561) ทั้งนี้การที่องค์กรทางการศึกษาจะประสบความสำเร็จได้ และอยู่รอดท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว ขึ้นอยู่กับการมีความคิดสร้างสรรค์ การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ และการสร้างนวัตกรรม (Adams, Bessant, and Phelps, 2006; Caldwell and O'Reilly, 2003) การเปลี่ยนแปลงจากองค์กรแบบดั้งเดิม (Traditional Organization) ที่เน้นการสั่งการจากบนลงล่าง ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ควบคุมสั่งการ และวางแผนการทำงานทั้งหมด ต้องเปลี่ยนลักษณะองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมการศึกษา (Educational Innovative

Organization) ที่ต้องมีการพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาการบริหารงานใหม่ ๆ รวมไปถึงการสร้างพฤติกรรมนวัตกรรมให้เกิดขึ้นกับคนในองค์กร อันได้แก่ บุคลากรทางการศึกษา ในสถานศึกษาที่จะต้องมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์สร้างรูปแบบการทำงาน สร้างสื่อการสอน และวิธีจัดการเรียนการสอนใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อพัฒนาสถาบันการศึกษา เพราะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของบุคลากร ถือเป็นจุดกำเนิดของการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นภายในองค์กร (องค์การ ประจันเขตต์, 2557)

การวิจัยครั้งนี้ทดสอบเชิงประจักษ์ในบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ มีการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและพัฒนาทั้งในด้านสังคมสิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ มีการพัฒนางานวิจัยและดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นภายใต้ฐานทรัพยากรของชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าที่นำไปสู่การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากภายในชุมชนและท้องถิ่น รวมทั้งการขยายผลไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งจะมีพื้นที่ในการดำเนินงานและการบริการที่ครอบคลุมทุกจังหวัดในภาคเหนือ ดำเนินการโดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ รวมทั้งเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศได้ดำเนินการร่วมกันทั้งในระดับภูมิภาคและประเทศ ทั้งนี้การที่จะดำเนินงานดังกล่าว ต้องอาศัยบุคลากรเป็นผู้ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก นอกจากนี้บุคลากรยังต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้มีคุณภาพ มีศักยภาพ สามารถสร้างสรรค์ผลงาน จนเป็นที่ยอมรับของสังคมไทยและสังคมโลก ซึ่งถือเป็นการยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์สู่ศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ขับเคลื่อนด้วยความรู้และนวัตกรรม และยังสอดคล้องกับประเด็นในการพัฒนาบุคลากรในอุดมศึกษาตามกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) ที่พบว่าจุดอ่อนที่สำคัญประการหนึ่งของอุดมศึกษาไทยคืออาจารย์และระบบการพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัย (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2550) และยังเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้วยการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจผ่านการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นทักษะความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรจึงเป็นทักษะที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และนำไปสู่ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมขององค์กร

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา การศึกษาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในมุมมองของสถาบันการศึกษายังมีค่อนข้างจำกัด ส่วนใหญ่มักพบในมุมมองความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กรธุรกิจ (Mubarak and Noor, 2018; Chaubey, Sahoo and Khatri, 2019) และยังพบการศึกษาความคิดสร้างสรรค์ในลักษณะของตัวแปรผลลัพธ์ (Durrah, et al., 2020; Safdar and Liu, 2018) และพบปัจจัยสาเหตุของความคิดสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำ

(Chaubey, Sahoo and Khatri, 2019; Shafi et al., 2020) การมอบอำนาจ (Nawaz et al., 2014) แรงจูงใจภายนอก (Fischer, Malycha and Schafmann, 2019) และปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ทัศนคติ ค่านิยม ความผูกพันทางอารมณ์ (Purc and Lagun, 2019; Odoardi et al., 2019) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ทำการทดสอบทั้งปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยทดสอบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ครอบคลุมปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์กร เช่น แรงจูงใจขององค์กร การบริหารจัดการขององค์กรจากผู้นำหรือหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานหรือทีมงาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน ทรัพยากรขององค์กร และวัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมและส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม นอกจากนี้ยังนำปัจจัยลักษณะของบุคคลมาเป็นตัวแปรแทรก เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอีกด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์มักถูกศึกษาในลักษณะของกระบวนการระดับบุคคล ในขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมศึกษาในลักษณะของกระบวนการระดับองค์กร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในบริบทขององค์กรธุรกิจ และเป็นการศึกษาในลักษณะของตัวแปรผลลัพธ์ และการศึกษาถึงปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ซึ่งมาจากหลายสาเหตุ โดยยังขาดการบูรณาการทั้งในส่วนของปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทั้งนี้ทางด้านวิชาการในการพัฒนาด้านแนวคิดและทฤษฎีค่อนข้างจำกัด และยังขาดกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) ที่มีความชัดเจนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้โดยทั่วไปกับทุกบริบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบูรณาการและต่อยอดความคิดจากแนวคิดของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ร่วมกับทฤษฎีพื้นฐาน ทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ ทฤษฎีทางปัญญาสังคม และแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เพื่อพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร ซึ่งเป็นศักยภาพที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 เพื่อความอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ทรัพยากรมนุษย์ยังถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดขององค์กร หากทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรมีศักยภาพย่อมทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพตามไปด้วย ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญต่อทุกองค์กร

จากสถานการณ์และความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยจึงมุ่งทดสอบศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยทดสอบผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ได้แก่บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์

นอกจากนี้ยังทดสอบอิทธิพลของปัจจัยแทรก ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรที่ต้องการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ แก่องค์กร เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์สู่ศตวรรษที่ 21 และรองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคประเทศไทย 4.0 และช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม
3. เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม
4. เพื่อทดสอบอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
5. เพื่อทดสอบอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
6. เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
7. เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
8. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
9. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
10. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

คำถามการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และเป็นแนวทางสำหรับการหาคำตอบของงานวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดคำถามสำหรับการวิจัยนี้ ดังนี้

1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมอย่างไร
2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมอย่างไร
3. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมอย่างไร
4. บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างไร
5. วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างไร
6. บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างไร
7. บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างไร
8. การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างไร
9. การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างไร
10. แนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมเป็นอย่างไร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 3 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 4 บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 5 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 6a บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 6b บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 7a การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 7b การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาแบบผสมวิธี (Mix Methods) โดยกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยดำเนินการทบทวน แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาพัฒนาตัวแบบศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variables) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่

1.1.1 บรรยากาศองค์กร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) สิ่งจูงใจขององค์กร 2) งานที่มีความท้าทาย 3) ความพร้อมของทรัพยากร 4) อิสระในงาน 5) การส่งเสริมของหัวหน้างาน และ 6) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีม

1.1.2 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นความสำเร็จ 2) การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล 3) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และ 4) การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก

1.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่

1.2.1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) ทักษะการคิดนอกกรอบ 2) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ 4) การบูรณาการทางเทคโนโลยี และ 5) การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์

1.2.2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่
1) การสร้างความคิดใหม่ 2) การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ และ 3) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

1.2.3 ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

1.3 ตัวแปรแทรก (Moderator Variables) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จำนวน 3,523 คน (สารสนเทศอุดมศึกษา, 2563)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จำนวน 420 คน โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดตัวอย่าง คือ ตัวอย่าง 10 ถึง 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2010) โดยในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต 24 ตัวแปร ดังนั้นจึงมีขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 240 - 480 ตัวอย่าง

2.3 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการกำหนดผู้ให้ข้อมูล (Informant) ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งผู้วิจัยกำหนดขึ้นสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูล (ชาย โพธิ์สีดา, 2554) และผู้วิจัยได้ยึดหลักจริยธรรมการวิจัยในคน ได้แก่ หลักความเคารพในบุคคล (Respect for person) หลักการให้ประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่อาสาสมัคร (Risk and benefit) หลักความยุติธรรม (Justice) และการรักษาความลับของอาสาสมัคร (Privacy and confidentiality) (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2560)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2565 – มีนาคม 2566 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม - ธันวาคม 2565

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (Innovative Creativity Potential) หมายถึง ทักษะและความสามารถของบุคคลในการคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ การแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การบูรณาการความรู้ทั้งในด้านเทคนิค การปฏิบัติหรือกระบวนการ การประยุกต์ใช้ความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์

สู่การสร้างความคิดแปลกใหม่และมีประโยชน์ และนำความคิดนั้นไปพัฒนาเป็นผลลัพธ์หรือนำไปปฏิบัติให้เกิดการสร้างนวัตกรรม ที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อองค์กร

1.1 ทักษะการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking Skills) หมายถึง ทักษะของการคิดอย่างสร้างสรรค์ ความสามารถในการมองหาวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ อย่างหลากหลาย หรือความสามารถในการใช้จินตนาการ เพื่อมองปัญหาและค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหารูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากวิธีการเดิม ๆ โดยไม่ยึดติดกับกรอบแนวคิดเดิมหรือกฎเกณฑ์ใด ๆ ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีลักษณะสร้างสรรค์ และสามารถนำไปปรับใช้ได้กับทุกสถานการณ์

1.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning) หมายถึง ความสามารถในการแสวงหาความรู้ และพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญของตนเองจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวทั้งภายในและภายนอกอย่างสม่ำเสมอ การประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้อยู่เสมอเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ การบูรณาการประสบการณ์และความรู้ใหม่เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อให้เกิดการพัฒนา และขยายทักษะความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

1.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Sharing) หมายถึง การแบ่งปันความรู้ ความคิด ข้อเท็จจริง ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ และทักษะต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ทั้งที่เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลและความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง ให้กระจายทั่วทั้งองค์กร โดยการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ระหว่างบุคคล เพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มในองค์กรผ่านกิจกรรม แนวทางการปฏิบัติและเครื่องมือที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะของคนในองค์กรให้ขยายวงกว้างขึ้น สามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีประสิทธิภาพและมีคุณค่าต่อองค์กร

1.4 การบูรณาการทางเทคโนโลยี (Technology Integration) หมายถึง ความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอย่างเต็มศักยภาพของบุคลากรในการพัฒนาส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนกระบวนการทำงานหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นำไปสู่พฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบและบรรลุเป้าหมายของงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process Development) หมายถึง ความสามารถในการพัฒนากระบวนการทางความคิด วิธีการคิด ลำดับความคิดและการกระทำที่นำไปสู่สิ่งแปลกใหม่ ผลผลิตใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาจากความคิดและการกระทำที่สร้างสรรค์ รวมถึงการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรม เพื่อระบุปัญหาที่อาจเกิดขึ้น การค้นหาข้อมูลและสร้างแนวทางใหม่หรือทางเลือก เพื่อการแก้ปัญหาด้วยเทคนิควิธีการต่าง ๆ

2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดใหม่ หรือแนวทางการแก้ไขปัญหา และประยุกต์ใช้ความคิด

กระบวนการ ผลงานและขั้นตอนในการทำงานใหม่ ๆ ในงาน กลุ่มงาน หรือองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคคลและขององค์กร

2.1 การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation) หมายถึง กระบวนการในการสร้างและรวบรวมความคิด ทำให้เกิดความคิดแปลกใหม่ อาจเป็นการผสมผสานหรือจัดโครงสร้างข้อมูลใหม่ หรือใช้ประโยชน์จากแนวคิดเพื่อแก้ปัญหาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน

2.2 การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (Idea Implementation) หมายถึง กระบวนการที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการนำเอาความคิดสร้างสรรค์ใหม่ลงสู่การปฏิบัติจริง เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์เข้าสู่ขั้นตอนการปฏิบัติงาน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ในกระบวนการทำงาน

2.3 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) หมายถึง ความพยายามในการปรับปรุงวิธีการดำเนินงาน ความสามารถในการพัฒนา ปรับปรุงแนวคิด วิธีการ และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

3. ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Innovation Performance) หมายถึง ผลงานที่มีคุณค่าหรือพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ จากการสร้างสรรค์ การดำเนินการ และใช้ประโยชน์จากความคิด ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์ออกมาเป็นผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ หรือปรับปรุงคุณภาพหรือต่อยอดจากองค์ความรู้เดิมให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น เป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

4. บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate) หมายถึง องค์กรประกอบของสภาพแวดล้อมในองค์กร ซึ่งอาจเป็นปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางสังคม-จิตวิทยา หรือการบริหารจัดการ ที่ส่งเสริมการสร้าง การยอมรับ และตระหนักรู้ของความคิดใหม่ สนับสนุนพัฒนาแนวความคิดใหม่ ซึ่งบุคคลที่ทำงานในสภาพแวดล้อมนั้นสามารถรับรู้ได้ทั้งโดยตรงและทางอ้อม และมีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนของการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรม และประสิทธิผลขององค์กร

4.1 สิ่งจูงใจขององค์กร (Organizational Incentives) หมายถึง การรับรู้สิ่งสนับสนุนจากองค์กรทั้งที่เป็นรูปธรรมและการสนับสนุนทางด้านจิตใจที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ส่งเสริมการพัฒนาทักษะความสามารถ และการให้ผลตอบแทนอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถ มีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ สร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.2 งานที่มีความท้าทาย (Challenging work) หมายถึง การรับรู้เป้าหมายของงาน และลักษณะงานที่มีความน่าสนใจและท้าทาย มีลักษณะเฉพาะ ที่ต้องใช้ความสามารถและทักษะที่หลากหลายในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ และสามารถใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ สนับสนุนให้บุคลากรรู้สึกว่าเป็นเป้าหมายและงานที่ตนรับผิดชอบมีความสำคัญสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายระยะยาวขององค์กร เป็นการส่งเสริมแรงจูงใจภายในของสมาชิกในองค์กร และนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกและสร้างสรรค์มากขึ้น

4.3 ความพร้อมของทรัพยากร (Resource readiness) หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนและจัดสรรวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีคุณภาพและมีปริมาณที่เหมาะสมแก่บุคลากร และเพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่งานให้สำเร็จตามเป้าหมาย รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความพร้อมด้านข้อมูล การจัดสรรเงินทุน วัสดุ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร

4.4 อิสระในงาน (Work autonomy) หมายถึง การรับรู้การเปิดโอกาสให้บุคลากรใช้ทักษะความสามารถในการทำงานและตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง อันเกิดจากการได้รับอำนาจ (empower) ความสามารถในการตัดสินใจ และความสามารถควบคุมการทำงานของตนได้ด้วยตนเอง โดยไม่ถูกรอบงำหรือยึดติดกับกรอบที่เป็นข้อจำกัดทางความคิด เป็นการสร้างความมั่นใจและการตระหนักรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์

4.5 การส่งเสริมของหัวหน้างาน (Supervisory encouragement) หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนทางอารมณ์และเครื่องมือแก่บุคลากร การพัฒนาความสัมพันธ์ในการกำกับดูแล ให้ความไว้วางใจ ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายและเห็นคุณค่าของบุคลากร การให้ความช่วยเหลือ และให้ความสำคัญกับการเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร การรับรู้การส่งเสริมจากหัวหน้างาน ทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากร

4.6 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory) หมายถึง การรับรู้ร่วมกันของทีมที่มีต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน พฤติกรรม การปฏิบัติ และกระบวนการที่ได้รับการสนับสนุนภายในทีม มีการกำหนดและแบ่งปันวิสัยทัศน์อย่างชัดเจน การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ให้ความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ผลงาน และเปิดโอกาสให้สมาชิกเสนอความคิดใหม่ ๆ อย่างปลอดภัย สนับสนุนความพยายามในการนำเสนอสิ่งใหม่ และปรับปรุงวิธีการทำงาน เพื่อให้ทีมเกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

5. วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (Constructive Organizational Culture) หมายถึง วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และให้ความสำคัญกับค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมในการทำงานร่วมกันส่งเสริมให้สมาชิกภายในองค์กรประสบความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ช่วยตอบสนองความพึงพอใจของบุคคล

เกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จในการทำงาน สะท้อนให้เห็นถึงบรรทัดฐานทางพฤติกรรมที่สมดุลระหว่างคนและงาน ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์

5.1 การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Achievement orientation) หมายถึง การรับรู้ลักษณะองค์กรที่มีค่านิยมมุ่งเน้นให้สมาชิกในองค์กรตั้งเป้าหมายและปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย มีหลักการและการวางแผนที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น มีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการทำงาน รู้สึกว่างานมีความหมายและมีความท้าทายอยู่ตลอดเวลา

5.2 การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (Self-actualization awareness) หมายถึง การรับรู้ลักษณะองค์กรที่มุ่งเน้นความต้องการของสมาชิกในองค์กรตามความคาดหวัง ให้ความสำคัญกับคุณภาพงานมากกว่าปริมาณงาน สนับสนุนให้สมาชิกในองค์กรพัฒนาตนเอง รวมทั้งมีความอิสระในการพัฒนางาน และพร้อมรับงานใหม่ ๆ ที่น่าสนใจอยู่เสมอ มีทัศนคติที่เปิดกว้าง มีความเต็มใจในการทำงานและภูมิใจในงานของตน นำไปสู่การมีส่วนร่วมในงาน ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร ช่วยเพิ่มความมุ่งมั่นซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น

5.3 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participative Management) หมายถึง การรับรู้ลักษณะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับสมาชิกในองค์กร โดยถือว่าสมาชิกคือทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร สมาชิกในองค์กรได้รับการสนับสนุนความก้าวหน้าในการทำงาน เปิดรับการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน เปิดโอกาสและกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็น และสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเพิ่มแรงจูงใจ ทำให้บุคคลมีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานด้วยความสมัครใจ มีความกระตือรือร้น และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

5.4 การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interpersonal relations) หมายถึง การรับรู้ลักษณะองค์กรที่มุ่งให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร เป้าหมาย ความสนใจ ผลตอบรับ ความท้าทาย และข้อมูลข่าวสาร ให้ความสำคัญเป็นมิตร ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการแบ่งปันความคิด และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นแรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงพฤติกรรม สามารถสร้างศักยภาพที่ดีต่อการปฏิบัติงาน

6. บุคลิกภาพเชิงรุก (Proactive personality) หมายถึง บุคลิกภาพที่แสดงออกต่อการกระทำในเชิงรุก สามารถระบุหรือใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้ มีการแสดงออกถึงความริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา และมีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น สามารถแสดงความสามารถและจัดการกับปัญหาได้เป็นอย่างดี ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมรอบตัว

7. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) หมายถึง การประเมินตนเองและความเชื่อมั่นในทักษะความสามารถของตนเองในการสร้างหรือคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ การค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหา และการสร้างผลลัพธ์อย่างสร้างสรรค์ นำไปสู่การดำเนินพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะยิ่งรับรู้โอกาสที่จะแสดงศักยภาพได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จ และสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตได้



บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. บริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ
2. ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
6. การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย

1. บริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ได้ถูกจัดทำขึ้นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ จึงมีเป้าหมาย ไม่เพียงแค่พัฒนาศักยภาพของคนในประเทศเท่านั้น แต่มุ่งให้สถาบันอุดมศึกษาของประเทศเป็นแหล่งรวมทรัพยากรทางด้าน ความคิดทั้งบุคลากร ความรู้และเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อการสร้างผลงานวิจัยใหม่ๆ แนวคิดและองค์ความรู้ที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนา และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนการสร้างหลักสูตรชั้นนำ ที่สามารถผลิตบุคลากรที่ตอบสนองตลาดแรงงานในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยมีมาตรฐานที่เทียบเคียงได้กับระดับสากล ทั้งนี้ โดยสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศในภาพรวม และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี บนพื้นฐานของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นเพื่อให้การขับเคลื่อนแผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี เป็นไปตามเจตนาที่ตั้งไว้ที่ต้องการเห็นอุดมศึกษาเป็นกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน บนพื้นฐานการบริหารงานที่ยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นสำคัญ จึงได้กำหนดเจตนารมณ์ของแผนไว้ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2562)

1. อุดมศึกษาไทยต้องนำการพัฒนาและเปิดโอกาสการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทยให้ เกิดทักษะ ทางความคิด มีความสามารถทางวิชาการและวิชาชีพตลอดจนมีการเรียนรู้ต่อเนื่องตลอดชีวิต

2. อุดมศึกษาไทยต้องเป็นศูนย์รวมของความรู้และศาสตร์ต่าง ๆ ที่ทันสมัย นำไปสู่ การแก้ปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

3. อุดมศึกษาไทยต้องบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อการเรียนรู้และการพัฒนาของศาสตร์ และวิชาการ รวมถึงการเรียนรู้ที่จะบูรณาการข้ามศาสตร์

4. อุดมศึกษาไทยต้องพัฒนาคุณภาพสู่สากล เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

โดยการอุดมศึกษามีวิสัยทัศน์ คือ “อุดมศึกษาไทยเป็นแหล่งสร้างปัญญาให้สังคม นำทางไปสู่การเปลี่ยนแปลง สร้างนวัตกรรม ความรู้ งานวิจัย ที่เสนอทางเลือกและแก้ปัญหา เพื่อการพัฒนาประเทศและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน” และมีวัตถุประสงค์ของแผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี คือ

1. เพื่อยกระดับมาตรฐานการอุดมศึกษาให้เทียบเคียงกับประเทศพัฒนาแล้ว สร้างปัญญาให้สังคมไทยและสังคมโลก ยกย่องระดับศักยภาพทุนมนุษย์ให้เป็นปัจจัย เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ยกย่องระดับความเป็นนานาชาติ (Internationalization) ยกย่องระดับศักยภาพวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและนวัตกรรมให้เป็นแรงขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศและตอบโจทย์ยุคโลกาภิวัตน์

2. เพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดองค์ความรู้และนวัตกรรมอย่างกว้างขวางและครอบคลุม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคเกษตรอุตสาหกรรมและบริการให้สามารถนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัย และนวัตกรรม มาใช้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนย้ายทางสังคม (Social Mobility) ขยายโอกาสทางการศึกษาระดับอุดมศึกษา ครอบคลุมประชากรวัยเรียน วัยแรงงานและ ผู้สูงอายุให้เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะ และสมรรถนะตามความต้องการของตลาดแรงงาน การสร้างงาน และการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในท้องถิ่น หรือภูมิภาคของตนเอง

4. เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการกำกับดูแลระบบอุดมศึกษาให้มีประสิทธิภาพสอดคล้อง กับความเป็นอิสระในการบริหารจัดการตนเองของสถาบันอุดมศึกษา สามารถพัฒนาระบบบริหารแบบมืออาชีพ ด้วยการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์สถาบันอุดมศึกษาใหม่ (Re - Positioning)

การอุดมศึกษาสามารถนำพันธกิจสนับสนุนการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ชาติที่ต้องการเห็นประเทศมีความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอน บนความรับผิดชอบและมีคุณภาพทางการศึกษา การสร้าง งานวิจัยและนวัตกรรมที่ตอบโจทย์การพัฒนาประเทศสามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการสร้างองค์ความรู้ที่ตรงกับความต้องการของภาคสังคม ชุมชน ท้องถิ่น และภาคการผลิตจริง เพื่อให้บทบาทของอุดมศึกษามีส่วนในการนำประเทศหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางไปสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง สามารถลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งทางสังคม และ เศรษฐกิจของคนไทย ในฐานะอุดมศึกษาเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญของการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2562)

ศักยภาพการวิจัยของมหาวิทยาลัยไทย เป็นที่ทราบกันดีว่าสำหรับประเทศไทยมหาวิทยาลัยเป็นแหล่งสำคัญของประเทศที่มีการทำวิจัยและผลิตผล งานวิจัย ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยในสังกัดและในกำกับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวน 155 แห่ง แบ่งเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จำนวน 22 แห่ง มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 73 แห่ง มหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวน 58 แห่ง ในจำนวนมหาวิทยาลัยของรัฐนี้ สามารถแบ่งกลุ่มย่อยเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐกลุ่มเก่า 11 แห่ง มหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง และมหาวิทยาลัยราชวมงคล 9 แห่ง (2 กลุ่มหลังนี้สามารถจัดรวมเป็น มหาวิทยาลัยของรัฐกลุ่มใหม่ได้) นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ดูแลสถาบันวิทยาลัยชุมชน อีก 20 แห่งใน 20 จังหวัด มีสถานะเทียบเท่ากรมหรือ 1 มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2553 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) มีดำริที่จะให้การสนับสนุนโครงการ “มหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของมหาวิทยาลัยกลุ่มเก่า จึงได้จัดกลุ่มมหาวิทยาลัย โดยใช้ข้อมูลการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลกของ Quacquarelli Symond (QS) และ Times Higher Education (THE) ทำให้เกิดกลุ่มมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ (National Research Universities) จำนวน 9 แห่ง ที่ประกอบด้วย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ นอกจากนี้ กลุ่มมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติแล้ว ยังมีมหาวิทยาลัยระดับกลางของรัฐ อีกประมาณ 70 แห่ง ประกอบด้วยมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยกลุ่มใหม่ (มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยราชวมงคล) ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก สกอ. เช่นกัน โดยมหาวิทยาลัยกลุ่มนี้ จะได้รับการสนับสนุนในโครงการวิจัยที่เป็นโครงการในสาขาวิชาเด่นและจำเพาะของแต่ละมหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการค้นคว้า ความรู้ ความเข้าใจในชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ ดิน-น้ำ-ป่า ความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2562)

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอุดมศึกษา ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการอุดมศึกษาและสภาพแวดล้อมภายในระบบอุดมศึกษา ทั้งนี้ สภาพแวดล้อมภายในระบบอุดมศึกษา ด้านคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา คุณภาพการศึกษา คือมุมมองที่แสดงให้เห็นทั้งความสำเร็จและความไม่สำเร็จของการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาจากอดีตที่ผ่านมาและอาจส่งผลต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะในเรื่องคุณภาพของบัณฑิตและคุณภาพด้านการวิจัย ทั้งนี้ในด้านการวิจัยในภาพรวมพบว่า ผลงานวิจัยที่ตรวจสอบจากรายงานการพิมพ์เผยแพร่เป็นผลงานทางวิชาการผ่านวารสารทางวิชาการในระดับชาติและระดับนานาชาติมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่การผลิตผลงานทางวิชาการ ดังกล่าวยังคงกระจุกอยู่เพียงบางสถาบัน ในขณะที่บางสถาบันไม่มีผลงานทางวิชาการเผยแพร่

ทั้งในระดับชาติและนานาชาติเลย คุณภาพด้านการวิจัย ถ้าจะพิจารณาในมิติของการสร้าง ทรัพย์สินทางปัญญา การนำผลการวิจัยไปถ่ายทอดหรือนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาประเทศ การสร้างและพัฒนา นักวิจัย การทำวิจัยร่วมกับภาคเอกชน ตลอดจนการพัฒนาสร้างสรรค่นวัตกรรม พบว่ามีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันกับการเผยแพร่ ผลงานทางวิชาการซึ่งมีลักษณะกระจุกตัวและมีจุดเน้นที่แตกต่างกันตามเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบัน นอกจากนี้ยังพบว่า อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านการวิจัยต่ำ มีปัญหาความสมดุลระหว่างภาระงานสอนกับภาระงานวิจัย ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ เสนอแนะว่าสถาบันที่มีศักยภาพด้านการวิจัยสูงจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างนักวิจัยระดับปริญญาเอกหรือระดับหลังปริญญาเอกมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2562)

แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ซึ่งอยู่ในยุคสมัยของการปฏิรูปประเทศในทุก ๆ ด้าน จึงกำหนดหลักการ พื้นฐานและแนวคิดในการจัดทำแผนที่มุ่งหวังให้อุดมศึกษาเป็นหัวรถจักรในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ปฏิรูปการอุดมศึกษาทั้งระบบ และสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงการศึกษาทั้งระบบของประเทศ จากแนวคิดดังกล่าว แผนอุดมศึกษาระยะยาวต้องให้ความสำคัญ “อุดมศึกษา” ใหม่ให้ชัดเจน โดยอุดมศึกษาต้องเป็นสมองของประเทศ ในการคิด วิเคราะห์ เชิงรุก มีทฤษฎี มีตรรกะ สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรม แสวงหาทางเลือกใหม่ และสร้างรากฐานการวิจัย เพื่อขับเคลื่อนชุมชนและสังคมในการพัฒนาประเทศ แผนต้องนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบอุดมศึกษา ทั้งการปรับโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ และการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่จัดอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยของรัฐกลุ่มใหม่จำนวน 38 แห่ง โดยมีวิสัยทัศน์ คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันที่ผลิตบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพ มีสมรรถนะ และเป็นสถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ และพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้แก่ (ที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562)

1. ผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ มีทัศนคติที่ดี เป็นพลเมืองดีในสังคม และมีสมรรถนะตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต
2. วิจัยสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มุ่งเน้นการบูรณาการเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. พัฒนาท้องถิ่นตามศักยภาพ สภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และน้อมนำแนวพระราชดำริสู่การปฏิบัติ
4. สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนให้มีคุณธรรมและความสามารถในการบริหารงาน เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม

5. บริหารจัดการทรัพยากรภายในมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพด้วย หลักธรรมาภิบาล พร้อมรองรับบริบทการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดการพัฒนา อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น มีเป้าหมายคือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคม 3) ด้านสิ่งแวดล้อม และ 4) ด้านการศึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู มีเป้าหมาย คือ 1) บัณฑิตครูมหาวิทยาลัยราชภัฏ มีอัตลักษณ์และสมรรถนะเป็นเลิศเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บัณฑิต 2) บัณฑิตครูของมหาวิทยาลัยราชภัฏ สมบูรณ์ด้วยคุณลักษณะ 4 ประการ และถ่ายทอด/บ่มเพาะ ให้ศิษย์แต่ละช่วงวัย 3) บัณฑิตครู มหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่เข้าสู่วิชาชีพได้รับ การเสริมสมรรถนะ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพการศึกษา มีเป้าหมายคือ 1) มหาวิทยาลัยราชภัฏ มีความเป็นเลิศ ในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ ด้วยการบูรณาการองค์ความรู้ สู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ 2) ยกระดับคุณภาพบัณฑิตให้เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บัณฑิตด้วยอัตลักษณ์ ด้านสมรรถนะและคุณลักษณะ 4 ประการ พร้อมรองรับบริบทที่เปลี่ยนแปลง 3) อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาทุกสาขาวิชา เป็นมืออาชีพ มีสมรรถนะเป็นที่ยอมรับ ในระดับชาติและนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ มีเป้าหมายคือ 1) มหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้รับการยอมรับ ระดับชาติ และนานาชาติด้านการเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น ที่สร้างความมั่นคงให้กับประเทศ และ 2) มหาวิทยาลัยราชภัฏ มีระบบบริหาร ที่มีประสิทธิภาพ และคล่องตัว มุ่งเน้นการสร้างธรรมาภิบาล ความพร้อมและความสามารถปรับตัว อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กับสถานะมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ มีการดำเนินงานตามแนวทางของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ มุ่งเน้นการพัฒนาท้องถิ่น โดยที่ทุกภาคส่วนเข้ามามีบทบาทตามภารกิจของตนเอง โดยมีองค์ความรู้ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเข้ามาบูรณาการร่วมกัน เพื่อขับเคลื่อนชุมชนท้องถิ่น ได้รับการพัฒนาและอยู่ ได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืนโดยมีทัศนคติที่ดีที่ถูกต้อง โดยการนำองค์ความรู้สู่การปฏิบัติให้ชุมชนท้องถิ่น เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน การสร้างฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรม การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังมุ่งเน้นการ ยกระดับคุณภาพการศึกษา ในการสร้างความเป็นเลิศ ด้วยการบูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมเพื่อ การพัฒนาเชิงพื้นที่ การปรับปรุงหลักสูตรเดิมให้ทันสมัยและพัฒนาหลักสูตรใหม่ในรูปแบบสห วิทยาการที่ตอบสนองการพัฒนาท้องถิ่นและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศ การปรับ กระบวนการจัดการเรียนรู้ให้บูรณาการกับการทำงานและเสริมสร้างทักษะและ จิตสำนึก ในการ พัฒนาท้องถิ่น การผลิตบัณฑิตได้ตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต และที่สำคัญคือ พัฒนาศักยภาพ ผู้สอนให้เป็นผู้มืออาชีพ โดยการส่งเสริม สนับสนุนให้อาจารย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ มีคุณภาพ

มีศักยภาพ สามารถสร้างสรรค์ผลงาน จนเป็นที่ยอมรับของสังคมไทยและสังคมโลก ซึ่งถือเป็นการยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ สู่ศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ Thailand 4.0 (ที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562)

ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือมีการดำเนินงานเพื่อยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจและสังคม ชุมชนท้องถิ่นที่สอดคล้องกับความหลากหลายของภูมิภาค โดยมีทรัพยากรบุคคลและองค์ความรู้ในสาขาที่หลากหลาย มีความใกล้ชิดและมีประสบการณ์การทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่นมาเป็นระยะเวลายาวนาน มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นตามลักษณะภูมิสังคมและความต้องการเชิงพื้นที่ มีการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย โดยบูรณาการดำเนินการการทำงานร่วมกับองค์กรและหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อสร้างมูลค่าชุมชนและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและพัฒนาทั้งในด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ มีการพัฒนางานวิจัยและดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นภายใต้ฐานทรัพยากรของชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าที่นำไปสู่การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากภายในชุมชนและท้องถิ่น รวมทั้งการขยายผลไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งจะมีพื้นที่ในการดำเนินงานและการบริการที่ครอบคลุมทุกจังหวัดในภาคเหนือ ดำเนินการโดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ รวมทั้งเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ ได้ดำเนินการร่วมกันทั้งในระดับภูมิภาคและประเทศ และยังสอดคล้องกับพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 และยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (2560-2579) ซึ่งเป็นทิศทางการขับเคลื่อนที่สำคัญ

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏยังมุ่งพัฒนาบุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์เป็นสำคัญทั้งการพัฒนาความสามารถหรือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อปฏิบัติการสอน และปฏิบัติหน้าที่อื่นทั้งในด้านการวิจัย การพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาท้องถิ่นและการถ่ายทอดเทคโนโลยี ที่สอดคล้องกับบริบทแวดล้อมมหาวิทยาลัยที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี และการส่งเสริมบุคลากรที่มีความสามารถอยู่แล้วให้พัฒนายิ่งขึ้นไป และการพัฒนากลุ่มที่ยังขาดความรู้หรือความชำนาญ จุดหมายปลายทางของการพัฒนาบุคลากรอันเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญให้สามารถปรับตัวได้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง (ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562) สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศไทยภายใต้แนวคิด ประเทศไทย 4.0 ขับเคลื่อนด้วยความรู้และนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปฏิรูป และปรับเปลี่ยนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเหมาะสมกับโลกทัศน์ใหม่ จึงมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งสอดคล้องกับแผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) และมีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ Thailand

4.0 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) และแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 ซึ่งต่างมุ่งสร้างปัจจัยเพื่อเกื้อหนุน การพัฒนาประเทศไปในทิศทางเดียวกัน โดยยึดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีเป็นหลัก ด้วยการสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจผ่านการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์การสร้างสังคมที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง การยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ สู่ศตวรรษที่ 21 และการปกป้องสิ่งแวดล้อมจากการกำหนด 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ให้เป็นกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพื่ออนาคต New Engine of Growth จึงทำให้เป้าหมายและทิศทางการพัฒนาอุดมศึกษาในอนาคตมีความชัดเจนยิ่งขึ้น (ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562)

ดังนั้นจากกระแสการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งเข้าสู่ยุคนวัตกรรม องค์กรการศึกษาจะประสบความสำเร็จ และอยู่รอดท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว ขึ้นอยู่กับการมีความคิดสร้างสรรค์ การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ และการสร้างนวัตกรรม จากองค์กรแบบการดั้งเดิม ที่เน้นการสั่งการจากบนลงล่าง ต้องเปลี่ยนลักษณะองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมการศึกษาที่ต้องมีการพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษา การบริหารงานใหม่ ๆ รวมไปถึงการสร้างนิสัยนวัตกรรมให้เกิดขึ้นกับคนในองค์กรนั่นก็คือครู บุคลากรทางการศึกษา ในสถานศึกษาที่จะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รูปแบบการทำงาน สร้างสื่อการสอน และวิธีจัดการเรียนการสอนใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อพัฒนาสถาบันการศึกษา เพราะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ถือเป็นจุดกำเนิดของการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นภายในองค์กร ทั้งนี้ แนวคิดและความท้าทายเกี่ยวกับทักษะและการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และบทบาทด้านวิจัย นวัตกรรมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี จึงเป็นปัจจัยผลักดันให้มหาวิทยาลัยยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ

2. ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย

1) ทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential Theory of creativity)

ทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ พัฒนามาจากตัวแบบองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential model of creativity) เป็นตัวแบบที่ครอบคลุมองค์ประกอบทางสังคมและจิตวิทยาที่จำเป็นสำหรับบุคคลในผลิตผลงานที่มีความสร้างสรรค์ เป็นทฤษฎีที่เสนอโดย Amabile (1983) ซึ่งได้อธิบายถึงองค์ประกอบพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบภายในตัวบุคคล ได้แก่ 1) ทักษะหลักที่เกี่ยวข้องในงาน (Domain-relevant skills) หรือความเชี่ยวชาญ (Expertise) 2) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-relevant processes) หรือทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Skills) และ 3) แรงจูงใจในงาน (Task motivation) และองค์ประกอบภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ สภาพแวดล้อม

ทางสังคม (Social environment) ทฤษฎีระบุว่า ความคิดสร้างสรรค์ต้องรวมองค์ประกอบทั้งหมดเข้าด้วยกัน ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นสูงสุด เมื่อบุคคลมีแรงจูงใจภายใน มีความเชี่ยวชาญ และมีทักษะทางการคิดสร้างสรรค์ในการทำงานสูง ในสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ และความคิดสร้างสรรค์จะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ในปี 1988 Amabile ขยายทฤษฎีครอบคลุมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กร โดยยังคงองค์ประกอบพื้นฐานส่วนบุคคลตามตัวแบบเดิม แต่มีการเพิ่มองค์ประกอบตามองค์ประกอบเดิมที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของทีม โดยนำเสนอด้านนวัตกรรมควบคู่กัน ได้แก่ ทรัพยากรในงานหลัก (ควบคู่กับทักษะหลักที่เกี่ยวข้องในงาน) ทักษะในการจัดการนวัตกรรม (ควบคู่กับกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์) และแรงจูงใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (ควบคู่กับแรงจูงใจในงานของบุคคล) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จัดเป็นสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลและทีม ต่อมา Amabile (2012) เสริมว่าสถานะทางอารมณ์ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมในการทำงานอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการคิดสร้างสรรค์ องค์ประกอบภายนอกของความคิดสร้างสรรค์หรือสภาพแวดล้อมทางสังคมในงานของบุคคลนั้นประกอบด้วยแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจภายในของบุคคลและปัจจัยแวดล้อมที่สามารถใช้เป็นอุปสรรคหรือสิ่งเร้าต่อแรงจูงใจภายในและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล นอกจากนี้ Amabile ยังอธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ แนวทางการจัดการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความอิสระ ความท้าทาย การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา และการสนับสนุนจากกลุ่มงาน แรงจูงใจขององค์กร เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนจากองค์กร และการปราศจากอุปสรรคขององค์กร และทรัพยากรขององค์กร เกี่ยวข้องกับทรัพยากรที่เพียงพอ และแรงกดดันในการทำงาน



ภาพที่ 1 Amabile's Componential Theory of Organizational Creativity

ที่มา : Amabile, 1997; James Moultrie and Alasdair Young, 2009

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลหรือทีมที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมได้ โดยความสำคัญในกลุ่มองค์ประกอบคู่ขนานระหว่างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยกล่าวว่านวัตกรรมขึ้นอยู่กับ 1) ทรัพยากรในขอบเขตหลัก (Resource in Task Domain) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับขอบเขต ของทักษะที่เกี่ยวข้องในระดับบุคคล 2) ทักษะในการจัดการนวัตกรรม (Skills in Innovation Management) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ 3) แรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม (Motivation to Innovate) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับหน้าที่ของการจูงใจ (Amabile, 1997)

นอกจากนี้ ปัจจัยเชิงสาเหตุของกระบวนการสร้างสรรค์ระดับบุคคล/ กลุ่มซึ่งมีความสอดคล้องกับขั้นตอนการแสดงผลกรรมและการทำงานที่มุ่งนวัตกรรมว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกบุคคลโดยได้เพิ่มองค์ประกอบเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ คือ (สุขุมล เกิดนอก, 2559)

1) ทักษะที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตงาน โดยพิจารณาความเป็นผู้เชี่ยวชาญซึ่งจะเกี่ยวข้องกับทักษะหลายองค์ประกอบ เช่น ความรู้ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ทักษะทางเทคนิคความฉลาด และคนเก่ง (Talent) โดยบุคคลสามารถดึงความคิดเข้ามาในกระบวนการสร้างสรรค์

2) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ซึ่งประกอบไปด้วยสไตล์ในการคิดและคุณลักษณะส่วนบุคคลในการไม่ขึ้นอยู่กับผู้อื่นการยอมรับความเสี่ยง การใช้มุมมองใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหา เช่นเดียวกับรูปแบบของวินัยในการทำงานและทักษะในการสร้างความคิดโดยกระบวนการทางปัญญาหรือการคิดรวมถึงความสามารถในการใช้ การจำแนกประเภทในความยืดหยุ่นในการวิเคราะห์ข้อมูลและความสามารถในการทำงานให้เกิดการรับรู้และผลการปฏิบัติงาน โดย กระบวนการคุณลักษณะส่วนบุคคลนี้รวมถึงความมีวินัยในตนเองและความอดทนและไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค

3) หน้าที่ของการจูงใจ โดย Amabile (2012) ได้เพิ่มตัวแปรที่สำคัญคือความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อน (Passion) โดยการสร้างแรงจูงใจในการทำหน้าที่หรือการแก้ไขปัญหาเนื่องจากเกิดจากความสนใจ มีความเกี่ยวข้องกับและความท้าทายส่วนบุคคลหรือความพึงพอใจมากกว่าการใช้แรงจูงใจภายนอกอย่างเดียว เช่น เกิดจากการทำสัญญา-ในการให้รางวัล การตรวจตรา การแข่งขัน การประเมินหรือความต้องการในการทำบางอย่างอย่างเดิม โดยทฤษฎีที่เป็นแกนกลางของทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์คือ หลักการพื้นฐานของแรงจูงใจภายในในการเกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยบุคคลจะมีความคิดสร้างสรรค์ส่วนใหญ่เมื่อรู้สึกมีแรงจูงใจภายในขั้นพื้นฐานที่เกิดจากความสนใจ ความสนุกและความท้าทายในการทำงาน เป็นต้น

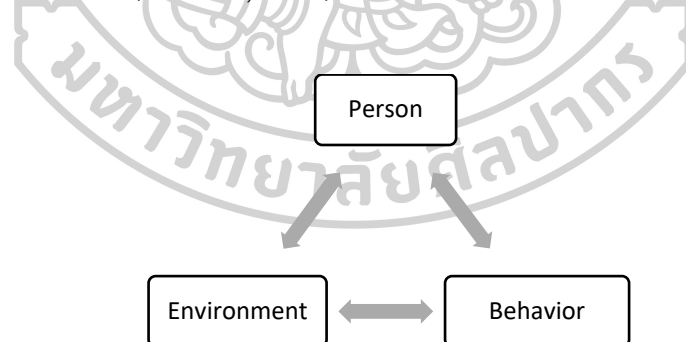
4) สภาพแวดล้อมทางสังคม (The Social Environment) โดยองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมภายนอกหรือสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยรวม เช่นเดียวกับปัจจัยทางสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่ เป็นอุปสรรคหรือเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจภายในและความคิดสร้างสรรค์ได้

ดังนั้น ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ไม่ใช่แค่การมีความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นเท่านั้น แต่รวมถึงการที่บุคคลมีความตั้งใจ มุ่งมั่นที่จะนำความคิดที่เกิดขึ้นไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน (องค์อร ประจันเขตต์ และสุชาดา นันทะไชย, 2557) ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคล และเมื่อบุคคลได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะและกระบวนการ รวมถึงทัศนคติของบุคคลไปในทางที่ดีขึ้นนั้น บุคคลจะได้รับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และส่งผลต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นทฤษฎีพื้นฐานเพื่อบูรณาการแนวคิดในการพัฒนาตัวแปรศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และองค์ประกอบของตัวแปร ซึ่งประกอบด้วย ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยมีพื้นฐานแนวคิดจากทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบภายในตัวบุคคล อัน ได้แก่ ทักษะหลักที่เกี่ยวข้องในงาน (Domain-relevant skills) หรือความเชี่ยวชาญ (Expertise) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-relevant processes) หรือทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Skills) และแรงจูงใจในงาน (Task motivation) และมีความสัมพันธ์กับตัวแปรสาเหตุ ซึ่งเป็นองค์ประกอบภายนอกตัวบุคคล คือสภาพแวดล้อมทางสังคมหรือสภาพแวดล้อมในงาน และเป็นแรงจูงใจภายนอกที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ บรรยากาศองค์กร ที่ประกอบด้วย สิ่งจูงใจขององค์กร งานที่มีความท้าทาย ความพร้อมของทรัพยากร อิสระในงาน การส่งเสริมของหัวหน้างาน และบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมของทีมงาน และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ที่ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความสำเร็จ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ซึ่งการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ถือเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นทรัพยากรอันมีค่าอย่างยิ่งขององค์กร ที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

2) ทฤษฎีทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory)

ทฤษฎีทางปัญญาสังคม มีพื้นฐานแนวคิดมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) (Bandura, 1962) แต่มีการขยายแนวคิดให้กว้างขึ้นและครอบคลุมมากกว่า การเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งเป็นแนวทางของพฤติกรรมต่อการกระทำของมนุษย์ และยังรวมถึงการขับเคลื่อนแรงจูงใจและการกำกับตนเอง ซึ่งขยายขอบเขตไปไกลกว่าการเรียนรู้ นอกจากนี้ การเรียนรู้ถูกมองว่าเป็นการได้มาซึ่งความรู้ผ่านกระบวนการรับรู้ข้อมูล กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ส่วนของสังคม (Social) เป็นต้นกำหนดของสภาพแวดล้อมของความคิดและการกระทำส่วนใหญ่ของมนุษย์ ในขณะที่ ส่วนของ ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) เป็นการตระหนักถึงการมีส่วนร่วมที่มีอิทธิพลของกระบวนการทางปัญญาต่อแรงจูงใจและการกระทำของมนุษย์ (Stajkovic and Luthans, 2003) ดังนั้น ทฤษฎีทางปัญญาสังคม จึงเป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล ที่เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นในบริบททางสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล (Person) อิทธิพลของสภาพแวดล้อม (Environment) และพฤติกรรม (Behavior) โดยความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ เป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ดังนั้นถ้าองค์ประกอบใด องค์ประกอบหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปก็จะส่งผลให้องค์ประกอบอื่นเปลี่ยนแปลงไปด้วย แต่ถึงแม้ปัจจัยทั้งสาม ทำหน้าที่กำหนดซึ่งกันและกัน แต่ไม่ได้หมายความว่าทั้ง 3 ปัจจัยจะมีอิทธิพลในการกำหนดซึ่งกันละกันอย่างเท่าเทียมกัน ปัจจัยบางปัจจัยอาจมีอิทธิพลมากกว่าอีกปัจจัย และอิทธิพลจากทั้ง 3 ปัจจัยก็อาจไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่แตกต่างกัน บุคคลที่แตกต่างกัน และสถานการณ์ที่แตกต่างกัน (Bandura, 1989) ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ แสดงดังภาพที่ 2



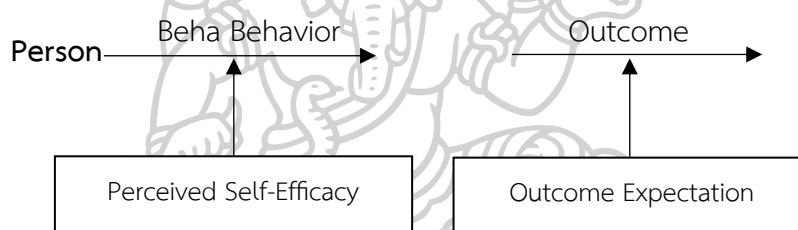
ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ

ที่มา : Bandura (1989)

ทฤษฎีทางปัญญาสังคมของแบนดูรา เน้นแนวคิด 3 ประการ คือ 1) การเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational learning) 2) การกำกับตนเอง (Self-regulation) 3) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) แนวคิดการรับรู้ความสามารถตนเอง ประกอบด้วย ความคาดหวังใน

ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังในผลของการกระทำ ในระยะแรกปี ค.ศ. 1977 Bandura เสนอแนวคิดของความคาดหวังในความสามารถตนเอง (Efficacy-Expectation) โดยให้ความหมายว่าเป็นความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของตนในลักษณะที่เฉพาะเจาะจง และความคาดหวังนี้เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม ต่อมาปี ค.ศ. 1989 ได้ใช้คำว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-Efficacy) โดยให้คำจำกัดความว่า เป็นการที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ภาสิต ศิริเทศ และณพวิทย์ ธรรมสีหา, 2562)

การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการตัดสินใจว่า ตนเองจะสามารถทำงานได้ในระดับใด ในขณะที่ความคาดหวังเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้น เป็นการตัดสินใจว่าผลใดจะเกิดขึ้นจากการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว คือ เมื่อบุคคลมีการรับรู้หรือมีความเชื่อในความสามารถตนเองสูงและเมื่อทำแล้ว จะได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังของผลที่เกิดขึ้น
ที่มา : Bandura (1977)

จากโครงสร้างของทฤษฎีแสดงให้เห็นองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1) การรับรู้ความสามารถตนเอง (Perceived Self-Efficacy) หมายถึงการตัดสินใจความสามารถของตนเองว่า จะสามารถทำงานได้ในระดับใด หรือเป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตความเชื่อในความสามารถตนเองพิจารณาจาก ความรู้สึก ความคิด การตั้งใจ และพฤติกรรม

2) ความคาดหวังของผลลัพธ์ (Outcome Expectation) หมายถึงความเชื่อที่บุคคลประเมินค่าพฤติกรรม เฉพาะอย่างที่จะปฏิบัติอันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ เป็นการคาดหวังในสิ่งที่จะเกิดขึ้นสืบเนื่องจากพฤติกรรมที่ได้กระทำ

โดยองค์ประกอบทั้ง 2 ข้างต้น ได้แก่การรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังผลลัพธ์มีผลต่อการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ กล่าวคือหากบุคคลมีการรับรู้

ความสามารถตนเองและมีความคาดหวังของผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นสูงทั้งสองด้าน จะทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างแนบเนียน แต่ถ้ามีเพียงด้านใดสูงหรือต่ำ บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะไม่แสดงพฤติกรรม

ดังนั้น การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นการประเมินตนเองและเป็นความเชื่อมั่นในทักษะความสามารถที่มีอยู่จึงมีผลต่อพฤติกรรมในอนาคต (Bandura, 1986) ทั้งนี้บุคคลที่มีความสามารถทางความคิด โดยเฉพาะการคิดริเริ่ม การแก้ไขปัญหา การพัฒนาสิ่งต่าง ๆ และนำแนวคิดนั้นไปปฏิบัติจนเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น บุคคลจะต้องมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการคิดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมด้านความคิดสร้างสรรค์ (พรพรรณ บัวทอง, 2557) และการรับรู้ความสามารถของตนเองยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมสร้างนวัตกรรม อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงและเชื่อมั่นในการกระทำสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม และทำให้บุคคลสามารถกระทำพฤติกรรมได้ในระดับที่เหนือกว่าปกติ (Bandura, 1986) เลือกทำงานที่ทำหายสอดคล้องกับความเป็นจริง และเกิดแรงจูงใจในการพัฒนางาน และนวัตกรรมมากขึ้น (สุธีรา นิमितวิวัฒน์, 2562)

จากการทบทวนทฤษฎีทางปัญญาสังคม ผู้วิจัยได้นำมาเป็นทฤษฎีพื้นฐานเพื่ออธิบายพฤติกรรม ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจและการกำหนดตนเองที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม ได้แก่ ตัวแปรบุคลิกภาพเชิงรุกและการรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นปัจจัยที่มีบทบาทเป็นตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสาเหตุ บรรยากาศขององค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และตัวแปรผลลัพธ์ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อตรวจสอบอิทธิพลที่ส่งผลร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับตัวแปรอิสระที่ต้องการศึกษาแล้วส่งผลต่อตัวแปรตาม

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมรวมถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (Innovative Creativity Potential)

ความคิดสร้างสรรค์ได้รับการนิยามไว้อย่างหลากหลาย ทั้งในระดับบุคคล ทีม และองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ในระดับบุคคลได้รับการนิยามว่าเป็นความสามารถในการสร้างผลลัพธ์ที่มีความแปลกใหม่ (Novelty) และมีประโยชน์ (Usefulness) โดยถูกมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์มากกว่าที่จะเป็นกระบวนการทางจิตใจ ซึ่งทำให้สามารถวัด สังเกต หรือประเมินความคิดสร้างสรรค์ได้ชัดเจนกว่ากระบวนการทางจิตใจ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้าน

สภาพแวดล้อม และกระบวนการคิดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตความคิดหรือผลผลิตเหล่านั้น ดังนั้นคำจัดความจึงมุ่งเน้นไปที่ผลผลิต (Products หรือ Ideas) (Cai et al., 2020) ความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นความสามารถในการผสมผสานความคิดที่ไม่ซ้ำใครหรือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความคิดซึ่งควรเป็นเรื่องแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อองค์กร สังคม และโลก (Doshmanziari, 2018; Hassan et al., 2013) และช่วยให้การปฏิบัติงานง่ายขึ้นในสภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อน และมีศักยภาพที่จะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรได้ (Cai et al., 2020)

ความคิดสร้างสรรค์สามารถอธิบายได้โดยการทำความเข้าใจศักยภาพของมนุษย์และคุณลักษณะที่มีความสัมพันธ์ในมุมมองเชิงบวกของแต่ละบุคคล ซึ่งลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญในการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของบุคคลและทำให้เกิดความสำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นการเพิ่มการตระหนักถึงการรับรู้คุณลักษณะของบุคคลว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำหรับการพัฒนาบุคคลและสังคม (Kaufman & Beghetto, 2009; Wechsler & Nakano, 2018)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นโครงสร้างหลายมิติ เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจ ลักษณะบุคลิกภาพ ด้านการศึกษา และองค์ประกอบด้านสังคมและวัฒนธรรม มิติเหล่านี้ปฏิสัมพันธ์กับแต่ละมิติอื่น ๆ ตามความคิดและรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแสดงออกและพบได้ในหลากหลายวิธี (Sternberg, 2010) ดังนั้นปรากฏการณ์ของการสร้างสรรค์จึงได้รับการศึกษาภายใต้แนวทางที่แตกต่างกัน บางครั้งเน้นตัวบุคคลหรือกระบวนการ หรือผลิตภัณฑ์ สิ่งแวดล้อม หรือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรขึ้นไป จึงหมายความว่าความคิดสร้างสรรค์ถูกระบุได้หลากหลายวิธี (Alencar & Fleith, 2008; Nakano & Wechsler, 2012) นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ยังสามารถอธิบายได้ในมุมมองที่ประกอบด้วยสองมิติ มิติแรกคือความแปลกใหม่ (Novelty) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นทุกคนสามารถมีความคิดสร้างสรรค์ได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และทุกคนต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ มิติที่สองคือประโยชน์ (Usefulness) ซึ่งหมายถึง ปัจจัยหรือวิธีการปฏิบัติในการประเมินประโยชน์ของความคิดใหม่ (Shalley, 2004)

ความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ เป็นความสามารถในการสร้างความแปลกใหม่และเป็นแนวคิดในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มประสิทธิผลโดยรวม (Diliello & Houghton, 2008) ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยหลักการสองประการ "การค้นหาปัญหา" และ "การแก้ปัญหา" ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีทักษะหลายประการ และต้องมีการปรับเปลี่ยนความคิดที่มีอยู่เสมอ ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลยังสามารถอธิบายได้ในสองแง่มุม คือความพยายามในการสร้างสรรค์ และผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลจึงเป็นความสามารถของบุคคลที่จะคิดให้ไกลกว่าขอบเขตที่กำหนดอย่างชัดเจน เป็นการสร้างสิ่งที่แปลกใหม่และมีความเหมาะสม นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ยังสามารถจำแนกได้เป็น การสร้างสิ่งใหม่ การรวมสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน และปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ (Al-Ababneh, 2020)

นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้ความคิดในการสร้างความคิดอื่น กระบวนการคิดที่ไม่มีที่สิ้นสุด และกระบวนการทางอารมณ์ของการสร้างสรรค์ การสำรวจ และ นวัตกรรม (Howkins, 2013)

ทั้งนี้ ในการศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ประกอบด้วยการศึกษาทั้งในด้านความคิด สติปัญญา (cognitive aspects) และตัวแปรด้านบุคลิกภาพ (personality variables) มุมมองด้าน ความรู้ความเข้าใจส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับทักษะการคิดหลากหลาย โดยมุ่งเน้นความคล่องแคล่ว (fluency) ความยืดหยุ่น (flexibility) ความละเอียด (elaboration) และความคิดริเริ่ม (originality) (Nakano & Wechsler, 2018) ตัวแปรบุคลิกภาพ เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเชิง บวก เช่น ความอยากรู้อยากเห็น (curiosity) การยอมรับต่อความคิดที่แตกต่าง (tolerance towards different ideas) ความเป็นอิสระ (autonomy) จินตนาการ (imagination) ความมั่นใจในตนเอง (self-confidence) ความเพียรพยายาม (persistence) และแรงจูงใจ (motivation) (Almeida & Wechsler, 2015)

บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ตามมุมมองของมนุษยนิยม เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกและ ความสามารถในการจัดการกับวิกฤตภายใต้การเปลี่ยนแปลง (O'Hara, 2017) ดังนั้นบุคคลที่มีความ คิดสร้างสรรค์จะตระหนักในศักยภาพของตนและพัฒนาลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิต เช่น ความเป็นอยู่ที่ดี ความยืดหยุ่น การมองโลกในแง่ดี คุณภาพชีวิต และด้านอื่น ๆ ที่มุ่งเน้นจิตวิทยาเชิง บวก (Wechsler, Oliveira, & Suarez, 2015) เช่นเดียวกับ แนวคิดที่กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์ เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ ดังนั้นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์จะเกิดแรงจูงใจภายใน ซึ่งเป็นองค์ประกอบ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถของแต่ละบุคคลในการแสดงความสามารถของตน (Subotnick, Olszewski-Kubilius, & Worrell, 2011) นอกจากนี้ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นทักษะและ ความสามารถในการสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งรวมถึงความสามารถในการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ความ มั่นใจในความสามารถในการแก้ปัญหาปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความสามารถในการพัฒนาความคิด ของบุคคล และความสามารถในการค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ ซึ่งเชื่อมโยงกับการรับรู้ ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Taehyung, 2020)

ทั้งนี้ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ เกิดจากวิธีการที่มีหลากหลายและแตกต่างกัน และมีความ เชื่อมโยงกับทรัพยากร ทรัพยากรสำหรับความคิดสร้างสรรค์ คือลักษณะเฉพาะของสติปัญญา ความรู้ รูปแบบทางความคิด บุคลิกภาพ แรงจูงใจ ผลกระทบ และบริบทของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและ บริบททางสังคมวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น ความสามารถในการคิดเชิงอุปมาอุปไมย (สติปัญญา) เครือข่ายความเชื่อมโยงที่หลากหลาย (ความรู้) การคิดโดยสัญชาตญาณ (รูปแบบการรับรู้) ลักษณะ นิสัยเกี่ยวกับความเสี่ยง (บุคลิกภาพ) ความสนใจที่มุ่งเน้นงานที่แท้จริง (แรงจูงใจ) ประสบการณ์ทาง อารมณ์ (ผลกระทบ) และบริบทที่มีสิ่งเร้าที่หลากหลายหรือสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย

(สภาพแวดล้อมทางกายภาพและ / หรือสังคม) ทรัพยากรดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยด้านความคิด ปัจจัยพฤติกรรม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งทรัพยากรทางความคิดและพฤติกรรมมีบุคคลเป็นศูนย์กลาง ในขณะที่ทรัพยากรด้านสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีบริบทเป็นศูนย์กลาง (Lubart, Zenasni & Barbot, 2013)

นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ยังเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนขององค์กร เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริม ความคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์ การให้รางวัลและการยอมรับงานที่มีความสร้างสรรค์ กลไกในการพัฒนาความคิดใหม่ ๆ การไหลเวียนของความคิด และการแบ่งปันวิสัยทัศน์ขององค์กร ทั้งนี้สภาพแวดล้อมในการทำงานยังเป็นสิ่งที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และบุคลากรที่มีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ที่แข็งแกร่ง มีแนวโน้มที่จะเกิดความคิดสร้างสรรค์ เมื่อรับรู้ความเข้มแข็งของการสนับสนุนจากองค์กร (DiLiello and Houghton, 2008)

สำหรับนวัตกรรมถูกสร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของนวัตกรรมองค์กร คือการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ภายในองค์กรทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้กำหนดความหมายไว้ว่า นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิด สร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งขั้นตอนของการเกิดนวัตกรรมในองค์กรอย่างแรกจะต้องส่งเสริมให้คนในองค์กรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงาน จากนั้นจึงนำผลงานมาวิจัยทดลองและพัฒนาไปสู่สิ่งประดิษฐ์ จนต่อยอดมาเป็นนวัตกรรมเพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์ การวิจัยและพัฒนานั้นหากไม่นำมาต่อยอดเพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์ จะไม่เรียกว่าเป็นนวัตกรรม แต่จะเป็นเพียงแค่สิ่งประดิษฐ์ (invention) ที่คิดค้นขึ้นมาเท่านั้น ดังนั้นนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ย่อมมาจากความคิดสร้างสรรค์ของคนที่จะคิดหลากหลายวิธี เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุง สิ่งที่ทำอยู่เดิมให้ดีขึ้นหรือมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งคิดค้น ประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมา (จุฑารัตน์ บันดาลสิน, 2557)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการและองค์กรต่าง ๆ ได้กำหนดนิยามของนวัตกรรมไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 นิยามของนวัตกรรม

นักวิชาการ	นิยาม
National Audit Office (NAO) (2009)	การแสวงหาประโยชน์จากความคิดใหม่ ๆ หรือแนวคิดที่ประสบความสำเร็จถูกนำมาใช้จากภาคส่วนหรือองค์กรอื่น ๆ

ตารางที่ 1 นิยามของนวัตกรรม (ต่อ)

นักวิชาการ	นิยาม
Australian National Audit Office (ANAO) (2009)	การสร้างสรรค์และการประยุกต์ใช้ความคิดที่ดี
Economic and Social Research Council (ESRC) (2008)	การนำเสนอบริการ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ รูปแบบธุรกิจและวิธีการทำงานใหม่ๆ
Damanpour, F. and Schneider, M. (2009)	การพัฒนา (การสร้าง) และ / หรือการใช้งาน (การปรับตัว) ของความคิดหรือพฤติกรรมใหม่
NESTA (2012)	นวัตกรรมเป็นกระบวนการที่ความคิดใหม่ ๆ กลายเป็นคุณค่าที่ใช้ได้จริงในโลก
De Vires, H.A., Bekkers, V.J.J.M. and Tummers, L.G. (2014)	การนำองค์ประกอบใหม่มาใช้ในบริการ - ความรู้ใหม่ องค์กรใหม่ การจัดการ / ทักษะใหม่
Evers, A., Ewert, B. and Brandsen, T., Eds. (2014)	นวัตกรรมเป็นวิธีใหม่ที่สำคัญและชัดเจนต่อกิจวัตรและโครงสร้างที่เกิดขึ้น
Lijster, Thijs, ed. (2018)	สิ่งที่เกิดขึ้นจากการจัดหาผลิตภัณฑ์ กระบวนการบริการ เทคโนโลยี ผลงานศิลปะ หรือรูปแบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
ISO 56000:2020	สิ่งใหม่ สิ่งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง หรือสร้างขึ้นใหม่ หรือการจัดสรรคุณค่าใหม่

นวัตกรรมสามารถจำแนกได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขตหรือวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ นวัตกรรมที่ถูกจำแนกโดย กลุ่มประเทศองค์การความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development) ได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือการประยุกต์ใช้ความคิดหรือบริการที่ได้รับการพัฒนาอย่างมาก อาจเกี่ยวข้องกับฟังก์ชันการทำงานหรือเทคนิคใหม่ ๆ ที่ใช้สำหรับแนวคิดนั้นหรือบริการที่เป็นไปได้ 2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด 3) นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) หรือวิธีการบริหารองค์กร และ 4) นวัตกรรมทางการตลาด (Marketing Innovation) เป็นวิธีการใหม่ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ รูปแบบของต้นทุน และการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย (OECD, 2016)

นวัตกรรม มักจะเชื่อมโยงกับการสอดแทรก (insertion) การนำไปใช้ (implementation) หรือการพัฒนา (development) ของความคิด ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เพื่อประโยชน์ในการใช้งาน นวัตกรรมจึงเป็นผลลัพธ์หรือกระบวนการใหม่ ๆ หรือเป็นผลลัพธ์หรือกระบวนการที่ได้รับการปรับปรุง การใช้งานผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) หรือกระบวนการวิธีการทางการตลาดแบบใหม่ หรือวิธีการใหม่ขององค์กรในการดำเนินธุรกิจ สถานที่ทำงาน หรือความสัมพันธ์ภายนอก (OECD/Eurostat, 2018)

โดยทั่วไปนวัตกรรมมีความแตกต่างจากความคิดสร้างสรรค์ โดยเน้นที่การนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยความคิดสร้างสรรค์ เป็นการผลิตสิ่งแปลกใหม่ และความคิดที่เป็นประโยชน์ โดยบุคคลหรือกลุ่มที่ทำงานร่วมกัน ส่วนนวัตกรรมเป็นการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ (Amabile & Pratt 2016) ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สามารถมองได้สองมุมมอง คือ มุมมองแรก มองว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นการสร้างความคิด ในขณะที่นวัตกรรมเป็นการนำความคิดไปใช้ประโยชน์ มุมมองที่สองเป็นการผสมผสานแนวคิดทั้งสองเข้าด้วยกัน โดยมองว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการนวัตกรรม ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นองค์ประกอบทางความคิดของนวัตกรรม และนวัตกรรมครอบคลุมการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ (Aldahdouh et al., 2019) ทั้งนี้แนวคิดของความคิดสร้างสรรค์ มักถูกนำมาใช้ร่วมกับคำว่านวัตกรรม เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Lee & Park, 2019)

นวัตกรรมในมิติของปัจเจกบุคคลได้รับการให้คุณค่าว่าเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่จำเป็นในยุคโลกาภิวัตน์ และถูกนำมาเป็นแนวคิดของสาขาวิชาชีพต่าง ๆ การวิจัยด้านนวัตกรรมได้รับการพัฒนาความรู้หลากหลายด้าน เช่น ด้านการบริหาร การศึกษา เศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา และสังคมวิทยา แนวคิดนวัตกรรมถูกกำหนดให้เป็นการพัฒนาผลลัพธ์หรือการปฏิบัติให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ และก่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคคล ทีม องค์กร หรือสังคม (Bledow et al., 2009) นวัตกรรมไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่เกิดขึ้นจากความคิดใหม่ แต่ยังคงต้องเป็นผลผลิตที่มีคุณค่า และผลผลิตไม่ได้จำกัดอยู่แค่สิ่งที่จับต้องได้ แต่ยังสามารถมองว่าเป็นกระบวนการการผลิตที่เพิ่มขึ้นและลดต้นทุนในบริบทเฉพาะนั้นๆ (Cropley, Kaufman, & Cropley, 2011) ทั้งนี้ การวัดนวัตกรรมในระดับบุคคล เกี่ยวข้องกับระดับของการปรับเปลี่ยนในการนำแนวคิดใหม่ ๆ มาใช้ได้อย่างรวดเร็วกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ ในองค์กร ซึ่งค่อนข้างมีความเป็นนามธรรม ซึ่งติดตามได้จากพฤติกรรมที่สังเกตได้ของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นนวัตกรรมในระดับบุคคลจึงเป็นมุมมองในเชิงพฤติกรรม อีกประการหนึ่งคือ เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล ความนึกคิดที่แฝงอยู่ หรือลักษณะบุคลิกภาพที่แฝงอยู่ ที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการสร้างและยอมรับการเปลี่ยนแปลงแนวคิดใหม่ ๆ (Aldahdouh et al., 2019)

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสรุปว่า ความคิดสร้างสรรค์ในมิติที่เป็นปัจเจกบุคคล (Individual creativity) คือลักษณะของบุคคลที่สามารถคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้หลากหลายมุมมอง มีความคิด ไหลเลื่อน ยืดหยุ่น สามารถเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ได้ดี และมักคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อความสำเร็จขององค์กร (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554; จุฑารัตน์ บันดาลสิน, 2557) ส่วนนวัตกรรมในระดับบุคคลเป็นลักษณะของแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อวิธีการรับรู้และตอบสนองต่อความคิด สิ่งประดิษฐ์ หรือวิธีการทำสิ่งใหม่ ๆ ของแต่ละบุคคลตลอดจนความพึงพอใจของแต่ละบุคคลในการแสดงความคิดสร้างสรรค์ การสร้างความคิด และยอมรับความท้าทาย (Ali, 2019) นวัตกรรมเกี่ยวข้องกับขั้นตอนความคิดสร้างสรรค์ (การสร้างแนวคิดใหม่ ๆ) และขั้นตอนการนำไปใช้ (ความต่อเนื่องของความคิดสร้างสรรค์) โดยความคิดสร้างสรรค์จะถูกกำหนดให้เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการแก้ปัญหา ในขณะที่นวัตกรรมมุ่งเน้นไปที่การนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ และได้รับการยอมรับ (Nakano & Wechsler, 2018)

ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้รับการมุ่งเน้นให้เป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพิจารณาทักษะทั้งสองนั้น สามารถส่งเสริมศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ได้ โดยการกระตุ้นมุมมองเชิงบวกของปัจเจกบุคคล ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์พบว่าขึ้นอยู่กับนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น การรับรู้ความคิดสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่เป็นการแสดงออกถึงศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์เท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นฐานสำหรับการเติบโตของสังคมด้วย นอกจากนี้นวัตกรรมยังขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น และการนำไปประยุกต์ใช้ (Nakano & Wechsler, 2018) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สรุปและให้ความหมายของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมว่าหมายถึง ทักษะและความสามารถของบุคคลในการคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ การแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การบูรณาการความรู้ทั้งใน ด้านเทคนิค การปฏิบัติหรือกระบวนการ การประยุกต์ใช้ความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ สู่การสร้างความคิดแปลกใหม่และมีประโยชน์ และนำความคิดนั้นไปพัฒนาเป็นผลลัพธ์หรือนำไปปฏิบัติให้เกิดการสร้างนวัตกรรม ที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อองค์กร (Bledow et al., 2009; Amabile & Pratt, 2016; Howkins, 2013; Taehyung, 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ในองค์กรธุรกิจ เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของบุคลากร ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเชิงพลวัตที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน องค์กรต้องการการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมเพื่อความอยู่รอด อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงในตลาดการแข่งขันกดดันให้ธุรกิจต้องมีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว (Ghimire, Haron and Bhatti, 2021) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้กลายเป็นหัวใจหลักของงาน อาชีพ และอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ผู้จัดการหรือผู้บริหารต่างตระหนักถึงสภาพของการแข่งขัน และ

ต้องการให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงาน และพยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และแนวทางในการทำงานที่เหมาะสม แม้ว่าระดับของความคิดสร้างสรรค์ และความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์จะแตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับงาน ผู้จัดการส่วนใหญ่ต่างยอมรับว่า เกือบทุกงาน บุคลากรจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญกับ ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สามารถส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ของบุคลากรได้ (Çekmecelioğlu and Günse, 2013) ในหลาย ๆ องค์กรจึงมีการดำเนินการเพื่อ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของบุคลากร และผู้บริหารจะต้องค้นหาวิธีที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Doran and Ryan, 2017) ทั้งนี้ ความคิด สร้างสรรค์และนวัตกรรมภายในองค์กร ได้รับการยอมรับว่าเป็นเส้นทางสู่ความสำเร็จที่แน่นอน การกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ และการสำรวจสิ่งใหม่ ๆ จะนำไปสู่การเพิ่มผลลัพธ์ให้กับองค์กร การส่งเสริมให้บุคลากรคิดนอกกรอบ การให้เวลาและทรัพยากรในการสำรวจสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์เป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยประหยัดต้นทุนในกระบวนการทางธุรกิจ นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ช่วยปรับปรุงกระบวนการของการแก้ปัญหา และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์จะ ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ทำให้ทุกธุรกิจบรรลุผลสำเร็จ (Matharu and Dhanalakshmi, 2017)

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ เจริญนวัตกรรม ได้ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริบทที่ศึกษา	ข้อค้นพบ
Fozia Mubarak & Ayesha Noor (2018) / Effect of authentic leadership on employee creativity in project-based organizations with the mediating roles of work engagement and psychological empowerment	Cogent Business & Management	ตัวแปรผลลัพ์	บุคลากรที่ทำงานในองค์กร NGOs' of Islamabad and Rawalpindi	ภาวะผู้นำที่แท้จริงส่งผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผ่าน การมีส่วนร่วมในแง่และการมอบอำนาจทางจิตใจ แสดงให้เห็นว่าผู้นำที่แท้จริงสามารถจัดการสภาพแวดล้อมและสภาพการทำงานที่อาจช่วยให้บุคลากรปรับปรุงประสิทธิภาพด้านความคิดสร้างสรรค์
Akriti Chaubey, Chandan Kumar Sahoo, Naresh Khatri (2019)/ Relationship of transformational leadership with employee creativity and organizational innovation: A study of mediating and moderating influences	Journal of Strategy and Management	ตัวแปรผลลัพ์	ผู้จัดการที่ทำงานในหน่วยการผลิตยานยนต์รายใหญ่ 2 แห่งในอินเดีย	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงช่วยเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ และมีสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีอิทธิพลเป็นตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร
Durrah, O., Allil, K., Gharib, M. and Hannawi, S. (2020), Organizational pride as an antecedent of employee creativity in the petrochemical industry	European Journal of Innovation Management	ตัวแปรผลลัพ์	บุคลากรที่ทำงานในองค์กรปิโตรเคมีหลัก 5 แห่งของประเทศโอมาน	ความภาคภูมิใจเชิงทัศนคติส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ในขณะที่ความภาคภูมิใจในทางอารมณ์ ไม่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริบทที่ศึกษา	ข้อค้นพบ
Ewelina Purc and Mariola Lagun (2019) / Personal Values and Innovative Behavior of Employees	Frontiers in Psychology vol.10 article 865 pp. 1-16	ตัวแปรผลัดพังค์	บุคลากรเอกชน ที่ วิสาหกิจขนาดใหญ่ ขนาด กลาง และขนาดเล็ก ที่ ดำเนินการในประเทศไทย	ค่านิยมส่วนบุคคล : การเปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลง และค่านิยมการ พัฒนาตนเอง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเป็นอิสระในการทำงาน ในขณะที่ค่านิยมในการอนุรักษ์และนิยมการก้าวข้ามตนเองมี ความสัมพันธ์เชิงลบกับความเป็นอิสระในการทำงาน ซึ่งยืนยันว่าค่านิยม ส่วนบุคคลมีความสำคัญในการอธิบายความเป็นอิสระในที่ทำงาน ค่านิยมในการพัฒนาตนเองของบุคลากรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม ในขณะที่ค่านิยมในการอนุรักษ์และการ ก้าวข้ามตนเองมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อพฤติกรรมที่สร้างสรรค์นวัตกรรม และความเป็นอิสระในการทำงานเป็นตัวกลางที่สำคัญของความสัมพัทธ์ ระหว่างค่านิยมส่วนบุคคลของบุคลากร (ยกเว้นการเปิดกว้างต่อ เปลี่ยนแปลง) และพฤติกรรมที่สร้างสรรค์นวัตกรรม
Carlo Odoardi1, Adalgisa Battistelli2, Francesco Montani3, and José M. Peiró (2019) / Affective Commitment, Participative Leadership, and Employee Innovation: A Multilevel Investigation	Journal of Work and Organizational Psychology	ตัวแปรผลัดพังค์	บุคลากรที่ทำงานในทีม ของบริษัทใน 3 อุตสาหกรรม (เช่น เภสัช กรรม การผลิต และ บริการเทคโนโลยี สารสนเทศ)ในประเทศ อิตาลี	ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงเส้นตามลำดับชั้นแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันทางอารมณ์และนวัตกรรมของ บุคลากรอยู่ในระดับสูงขึ้นไป เมื่อภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วมในระดับที่มีอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริบทศึกษา	ข้อค้นพบ
Nils Henker (2013) /Antecedents of Employee Creativity	Dissertation (Dr. rer. nat.)	ตัวแปรผลลัพธ์	บุคลากรที่ทำงานในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ การวิจัยและพัฒนา การสนับสนุนทางเทคนิค ผู้บริหาร กลยุทธ์ และ ประชาสัมพันธ์ (ที่มีผู้บังคับบัญชาโดยตรง) ใน ประเทศเยอรมัน	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร โดยผ่านการมุ่งเน้นสิ่งที่ราคาต่ำ (promotion focus) และการบูรณาการกระบวนการสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะส่งเสริมให้ การมุ่งเน้นสิ่งที่ราคาต่ำไว้ ร่วมกับ กระบวนการคิดสร้างสรรค์ เมื่อบูรณาการสิ่งเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นก็จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสูงขึ้น
Sajid Rahman Khattak (2017) / Relationship of Leadership Styles and Employee Creativity: A Mediating Role of Creative Self-efficacy and Moderating Role of Organizational Climate	Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences	ตัวแปรผลลัพธ์	ผู้จัดการ ธนาคารพาณิชย์ ในประเทศปากีสถาน	รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ในขณะที่ ลักษณะความเป็นผู้นำแบบแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร โดยผ่านการรับรู้ความสามารถในตนเองอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรบางปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร
Ghimire S., et al. (2021) Transformational Leadership and Employee Creativity in an Information Technology (IT) Enterprises: Moderating Role of Openness to Experience	Journal of Entrepreneurship & Organization Management 10(2) 1-7	ตัวแปรผลลัพธ์	บุคลากรและผู้จัดการ ใน IT SMEs ในเมือง Sydney	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ซึ่งลักษณะของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งเสริมให้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในการทำงาน และการเปิดรับประสบการณ์มีอิทธิพลเป็นตัวประหวางภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร

ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริบทที่ศึกษา	ข้อค้นพบ
Chuangang Shen, Jing Yang and Sanman Hu (2020) / Combined Effect of Abusive Supervision and Abusive Supervision Climate on Employee Creativity: A Moderated Mediation Model	Frontiers in Psychology vol.11 article 1175 pp. 1-10	ตัวแปรผลลัพธ์	บุคลากรในกลุ่มงาน ของ บริษัทในประเศเทศจีน	เอกลักษณ์บทบาทเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่าง บุคลากร และการกำกับดูแลที่ไม่เหมาะสมกับความคิดสร้างสรรค์ของ อธิปไตยในฐานะตัวแปรแทรกซ้อนความสัมพันธ์ระหว่างความคิด สร้างสรรค์และการกำกับดูแลที่ไม่เหมาะสมในระดับบุคคล ผ่าน เอกลักษณ์บทบาทเชิงสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่าบรรยากาศการกำกับ ดูแลที่ไม่เหมาะสม และการกำกับดูแลที่ไม่เหมาะสมในระดับบุคคล มี อิทธิพลร่วมกัน ซึ่งส่งความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรอย่างชัดเจน
Jin Hong, Bojun Hou, Kejia Zhu, Dora Marinova (2018) / Exploratory innovation, exploitative innovation and employee creativity: The moderation of collectivism in Chinese context	Chinese Management Studies Vol. 12 No. 2, pp. 268-286	ตัวแปรผลลัพธ์	ผู้จัดการ และบุคลากร ใน อุตสาหกรรมต่าง ๆ ในจีนแผ่นดินใหญ่	ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมเชิงสำรวจและนวัตกรรมเชิง ประยุกต์ใช้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร นอกจากนี้วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม (Collectivism) เป็นตัวแปรกลาง ที่ส่งผลเชิงลบในความสัมพันธ์ระหว่าง นวัตกรรมเชิงสำรวจและความ คิดสร้างสรรค์ของบุคลากร และมีผลในเชิงบวก ในความสัมพันธ์ระหว่าง นวัตกรรมเชิงประยุกต์ใช้และความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร
Paul Maku Gichohi (2014) The Role of Employee Engagement in Revitalizing Creativity and Innovation at the Workplace: A Survey of Selected Libraries in Meru County - Kenya	Library Philisophy and Practice (e- Journal). 1171. 1-34.	ตัวแปรผลลัพธ์	เจ้าหน้าที่ห้องสมุด KeMU	การมีส่วนร่วมของบุคลากร (ปัจจัยเสริมภายใน) ภาวะผู้นำและวัฒนธรรม องค์กร และปัจจัยเสริมภายนอก) ส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม การวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากรมีบทบาท สำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในที่ทำงาน และ ผู้นำเป็น ปัจจัยกระตุ้นในกระบวนการ นอกจากนี้ ความท้าทายในกระบวนการ ทำงาน สภาพแวดล้อม และรูปแบบของการคิดช่วยส่งเสริมเพิ่ม บรรยากาศของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในที่ทำงาน ให้ดีขึ้น

ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริบทที่ศึกษา	ข้อค้นพบ
Samyia Safdar, Shimin Liu (2018) / Effect of Transformational Leadership on Employee Creativity through Organizational Commitment	International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR) Volume 6, Issue 1, January 2018, PP 61-67	ตัวแปรผลสัมฤทธิ์	บุคลากร ของธนาคาร พาณิชย์ในประเทศไทย ปากีสถาน	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร โดยผ่าน ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรใน ความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ผลลัพธ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าผู้จัดการ สามารถเพิ่มความความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรได้โดยการปรับรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้จัดการ สามารถเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรได้
Li-Yueh Lee and Emmelia Tan (2012) / THE INFLUENCES OF ANTECEDENTS ON EMPLOYEE CREATIVITY AND EMPLOYEE PERFORMANCE: A META-ANALYTIC REVIEW	INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS JUNE 2012 VOL 4, NO 2 pp. 984-996	ตัวแปรผลสัมฤทธิ์	การทบทวนวรรณกรรม	ความคิดสร้างสรรค์และผลการปฏิบัติงานของบุคลากรจะดี เมื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรกับหัวหน้างาน อยู่ในระดับสูง เช่นเดียวกับการมอบอำนาจทางจิตใจก่อให้เกิดผลกระทบของบุคลากร ที่สำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์และผลการปฏิบัติงานของบุคลากร นอกจากนี้การสนับสนุนจากองค์กรและบรรยากาศที่เป็นนวัตกรรมช่วยลดผลกระทบของผู้บริหารและภาวะเสริมสร้างพลังทางจิตใจต่อความคิดสร้างสรรค์และผลการปฏิบัติงานของบุคลากร
Le Minh-Duc and Nguyen Huu-Lam (2020) / Transformational Leadership, customer citizenship behavior, employee intrinsic motivation, and employee creativity	Journal of Asian Business and Economic Studies Vol. 26 No. 2, 2019 pp. 286-300	ตัวแปรผลสัมฤทธิ์	บุคลากรของบริษัท (โรงแรมและผู้ประกอบการท่องเที่ยว) จากภาคการบริการ ในประเทศไทยตอนบน	แรงจูงใจภายในของบุคลากรมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญต่อ ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและ พฤติกรรมการเป็นลูกค้าที่ดี มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อแรงจูงใจภายใน ของบุคลากรและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร และ แรงจูงใจภายใน ของบุคลากร เป็นตัวแปรส่งผ่านที่เชื่อมโยงระหว่าง ภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมการเป็นลูกค้าที่ดีต่อ ความคิดสร้างสรรค์ของ บุคลากร

ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริบทที่ศึกษา	ข้อค้นพบ
Ritu GUPTA, Pratyush BANERJEE (2016) / ANTECEDENTS OF ORGANISATIONAL CREATIVITY: A MULTI-LEVEL APPROACH	Business: Theory and Practice 2016 17(2): 167-177	ตัวแปรผลสัมฤทธิ์	การทบทวนวรรณกรรม	การทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวกับปัจจัยสาเหตุของความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร แบบพหุระดับ ซึ่งพบว่า ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรคือผลรวมของความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรแต่ละคน ความคิดสร้างสรรค์ของทีมหรือกลุ่ม และความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากองค์ประกอบโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกัน ได้แก่ บุคลิกภาพ แรงจูงใจภายใน การทำงานร่วมกันของกลุ่ม การจับคู่ทางสังคม การแทรกแซงทางความคิด การแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิก-ผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร และบรรยากาศ และปัจจัยอื่น ๆ ในระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร
Mohsin Shafi, Zoya, Zheng Lei, Xiaoting Song, Md Nazirul Islam Sarker (2020) / The effects of transformational leadership on employee creativity: Moderating role of intrinsic motivation	Asia Pacific Management Review 25(3) 1-12	ตัวแปรส่งผ่าน	หัวหน้างาน และบุคลากรของบริษัทซอฟต์แวร์ ในประเทศปากีสถาน	การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การกระตุ้นทางปัญญา และการสร้างแรงบันดาลใจ มีอิทธิพลอย่างมากต่อนวัตกรรมองค์กร และความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร แต่ไม่พบว่าการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญกับนวัตกรรมองค์กร และความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจภายใน เป็นตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลเชิงบวกระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร นอกจากนี้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลร่วมกับแรงจูงใจภายใน ผ่านความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร เป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากรคิดนอกกรอบ นำไปสู่นวัตกรรมในองค์กร บทความนี้จะนำเสนอบทบาทของตัวแปรแทรก (แรงจูงใจภายใน) และตรวจสอบแต่ละมิติของ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรและนวัตกรรมองค์กร

ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริบทที่ศึกษา	ข้อค้นพบ
Muhammad Saqib Nawaz, Masoodul Hassan, Saad Hassan, Sadia Shaukat and Muhammad Ali Asadullah (2014) / Impact of Employee Training and Empowerment on Employee Creativity Through Employee Engagement: Empirical Evidence from the Manufacturing Sector of Pakistan	Middle-East Journal of Scientific Research 19 (4): 593-601, 2014	ตัวแปรผลสัมฤทธิ์	บุคลากรภาคการผลิต ในประเทศปากีสถาน	การมอบอำนาจให้บุคลากรและภาวะที่ก่อบรมของบุคลากร ส่งผลเชิงบวกทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร และ การมอบอำนาจให้บุคลากรและภาวะที่ก่อบรมของบุคลากร ส่งผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร โดยผ่านบางส่วนของความร่วมมือของบุคลากร แสดงให้เห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์อธิบายได้จากภาวะที่ก่อบรมและมอบอำนาจทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความร่วมมือของบุคลากร
BASHARAT JAVED, MOHAMMED YARAWWAS, SUJATA KHANDAI, KAMIRAN SHAHID AND HAFIZ HABIB TAYYEB (2018) / Ethical leadership, trust in leader and creativity: The mediated mechanism and an interacting effect	Journal of Management & Organization, 24:3 (2018), pp. 388-405	ตัวแปรผลสัมฤทธิ์	หัวหน้างาน ของบริษัทสิ่งทอขนาดเล็ก ในประเทศปากีสถาน	ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมเสริมความคิดสร้างสรรค์ในที่ทำงาน โดยผ่านความไว้วางใจในผู้นำ นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดกว้างประสบการณ์ ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้นำและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร

ตารางที่ 2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย/ชื่อเรื่อง	ที่มา	ลักษณะตัวแปร	บริษัทที่ศึกษา	ข้อค้นพบ
Barbara Rebecca Mutonyi, Teije Slåtten and Gudbrand Lien (2020) Organizational climate and creative performance in the public sector	European Business Review Vol. 32 No. 4, 2020 pp. 615-631	ตัวแปรผลลัพธ์	บุคลากร ของบริษัท ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของรัฐบาลใน ประเทศนอร์เวย์	บรรยากาศของพนักงาน สำคัญต่อผลการปฏิบัติงานที่ สร้างสรรค์ของพนักงาน บรรยากาศขององค์กรแสดงให้เห็น ความเชื่อมโยงในเชิงบวกและมีนัยสำคัญ ต่อผลการปฏิบัติงาน ที่สร้างสรรค์ของพนักงาน ๖(ประกอบด้วย พฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล) นอกจากนี้ ผล การศึกษาพบว่าความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานมี ความสัมพันธ์เป็นตัวแปรกลางระหว่างบรรยากาศองค์กรและ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคล
Mohammad Issa Al-Zoubi and Ashraf Mohammad Alfandi (2021) Examining the Dimensions of Organizational Climate on Employee's creativity in Jordanian Hotels	Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol. 27, No. 2,2021. 1013-1020.	ตัวแปรส่งผ่าน	พนักงานโรงแรมใน จอร์แดน	พบว่าบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของ พนักงาน และความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของ พนักงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยการศึกษานี้มี วัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมขององค์กรและ ผลลัพธ์สำหรับโรงแรมในด้านบริการ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศขององค์กรที่ส่งผลต่อความคิด สร้างสรรค์และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

จากตารางที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะของตัวแปรผลลัพธ์ เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยมีปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในหลากหลายประเด็น เช่น ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของบุคคล ปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในเชิงจิตวิทยา ปัจจัยเกี่ยวกับผู้นำ ปัจจัยเกี่ยวกับองค์กร หรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน นอกจากนี้จากการศึกษาส่วนใหญ่ใช้กรอบในการกำหนดความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นพฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านสติปัญญา (Cognitive behavior) เช่น ความคิดริเริ่ม ความคิดยืดหยุ่น ความคิดคล่องตัว หรือกำหนดตามกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในลักษณะของขั้นตอนของการคิดสร้างสรรค์ และส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทขององค์กรธุรกิจ เช่น บริษัทซอฟต์แวร์ IT อุตสาหกรรม ธนาคาร โรงแรม องค์กรภาคการผลิต ทั้งนี้ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งทดสอบศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมในลักษณะของตัวแปรส่งผ่าน และศึกษาในบริบทของมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่ค่อยพบมากนักจากการศึกษาที่ผ่านมา และได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมในระดับบุคคล โดยได้พัฒนาตัวแปรศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและตัวแปรองค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยอาศัยการบูรณาการแนวคิดบนพื้นฐานของทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential Theory of creativity) ซึ่งเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบภายในตัวบุคคล ซึ่งได้แก่ 1) ทักษะหลักที่เกี่ยวข้องในงาน (Domain-relevant skills) หรือความเชี่ยวชาญ (Expertise) 2) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-relevant processes) หรือทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Skills) และ 3) แรงจูงใจในงาน (Task motivation) ซึ่งเป็นทักษะในการสร้างความคิด โดยกระบวนการทางปัญญา และเป็นความสามารถในการพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยพัฒนาตัวแปรให้ครอบคลุมตามมิติของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม จึงได้องค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ทักษะการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking Skills) หมายถึง ทักษะของการคิดอย่างสร้างสรรค์ ความสามารถในการมองหาวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ อย่างหลากหลาย หรือความสามารถในการใช้จินตนาการ เพื่อมองปัญหาและค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหารูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากวิธีการเดิม ๆ โดยไม่ยึดติดกับกรอบแนวคิดเดิมหรือกฎเกณฑ์ใด ๆ ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีลักษณะสร้างสรรค์ และสามารถนำไปปรับใช้ได้กับทุกสถานการณ์

การคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นวิธีการคิดที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหามาก ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดหนึ่งที่มีลักษณะสร้างสรรค์และ

สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในทุกสถานการณ์ คือการคิดนอกกรอบ หรือการคิดแนวข้าง (Lateral Thinking) การคิดแนวข้างมุ่งเน้นการส่งเสริมความคิดใหม่เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา โดยใช้วิธีการมองโลกแบบนอกกรอบ ซึ่งแตกต่างจากการคิดเชิงตรรกะแบบดั้งเดิม ที่เป็นการวิเคราะห์แบบมีทิศทาง มีกฎเกณฑ์และมีลำดับขั้นตอน แต่การคิดนอกกรอบไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับขั้นตอน สามารถคิดแบบกระโดดข้ามได้ เป็นการกระตุ้นความคิดอื่น ๆ โดยไม่มีกรอบและกฎเกณฑ์ เป็นการคิดเพื่อค้นหาสิ่งใหม่ ๆ ที่หลบหนีจากความคิดเดิม ๆ และค้นหาเส้นทางต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุด (Lazarova-Molnar, 2008) กล่าวโดยสรุปแล้ว การคิดเชิงตรรกะแบบดั้งเดิมหรือการคิดแนวตั้งจะใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาโดยเฉพาะ แต่การคิดแนวข้างจะใช้ข้อมูลเพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงแบบแผนไม่ใช่เพื่อหาประโยชน์จากข้อมูลนั้นเพียงอย่างเดียว หลักการสำคัญของการคิดแนวข้างคือ “มุมมองที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นเพียงหนึ่งความคิด ในหลาย ๆ มุมมอง ที่สามารถเป็นไปได้” เป็นการสำรวจมุมมองอื่น ๆ โดยไม่ตัดสินว่ามุมมองใดดีที่สุด เป็นเหตุเป็นผลมากที่สุด แต่จะนำทุกมุมมองที่เป็นไปได้มาปรับโครงสร้างความคิดและจัดเรียงข้อมูลที่ได้ใหม่ (De Bono, 1967; ชาตรี บัวคลี, 2557) และ Dr. Edward de Bono ได้สรุปคำนิยามของการคิดนอกกรอบไว้ว่า การคิดนอกกรอบ คือ กลุ่มของวิธีการพร้อมทั้งเทคนิค ต่างๆที่ได้ระดมกันเพื่อที่จะค้นคว้าวิธีการใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปโดยสิ้นเชิงจากวิธีการเดิม ๆ ในการแก้ปัญหา ซึ่งการเข้าสู่ปัญหาเพื่อการแก้ไขนั้น เข้าทางด้านข้างมากกว่าที่จะเข้าทางด้านหน้า

ทักษะการคิดนอกกรอบจึงเป็นส่วนสำคัญและเป็นความสามารถหนึ่งของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทักษะการคิดนอกกรอบ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์แบบก้าวกระโดดและเกิดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการพัฒนาและการดำเนินงานขององค์กรเชิงนวัตกรรม การคิดนอกกรอบอย่างเหมาะสมช่วยให้องค์กรสามารถใช้ศักยภาพเชิงนวัตกรรมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร (Gnanamalar, 2017) ทักษะการคิดนอกกรอบเป็นระบบความรู้ความเข้าใจในการบูรณาการผลลัพธ์ของความรู้ที่แตกต่างกันและปัจจัยนำเข้าด้านสภาพแวดล้อม (Lamb, Annetta & Vallett, 2015) นอกจากนี้ Gnanamalar (2017) ยังศึกษาทักษะการคิดนอกกรอบของอาจารย์ใหญ่ที่ส่งผลต่อการจัดการที่มีประสิทธิภาพ บุคคลหรือหัวหน้างานที่มีทักษะการคิดที่ดีและนำหลักการไปปฏิบัติร่วมกับทักษะการบริหารจัดการ จะช่วยให้การบริหารจัดการองค์กรมีประสิทธิภาพ ซึ่งทักษะทางเทคนิค ทักษะทางสังคม และทักษะทางความคิดจัดเป็นทักษะในการบริหารจัดการตามความสามารถของอาจารย์ใหญ่ในการจัดกิจกรรมของโรงเรียนและผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อให้ได้การศึกษาที่มีคุณภาพ ทักษะการคิดนอกกรอบจึงเป็นทักษะทางความคิดที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะการคิดนอกกรอบ พบว่าความคิดสร้างสรรค์ และ การใช้เครื่องมือสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในห้องเรียน เครื่องมือสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ คือ เครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับระบบทางปัญญา (Cognitive System) ซึ่งก็คือทักษะการคิดนอกกรอบ การศึกษาพบว่า ความคิดสร้างสรรค์และความคิดคล่องแคล่ว ส่งผล ต่อความสนใจ ประสิทธิภาพ และความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ของนักเรียนอย่างต่อเนื่อง และส่งผลกระทบต่อความสามารถทางวิทยาศาสตร์และกระบวนการออกแบบโดยผ่านกระบวนการ คิดนอกกรอบ (Lamb, Annetta & Vallett, 2015) จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ จะเห็นว่าทักษะการคิด นอกกรอบ ไม่เพียงแต่เป็นความสามารถในการใช้ป็นแรงบันดาลใจหรือจินตนาการในการแก้ไขปัญหา โดยการมองจากมุมมองที่ไม่คาดคิดในเชิงธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นทักษะที่สำคัญในการพัฒนา ความสามารถในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริมพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในบริบทของการศึกษาได้อีก ด้วย

หากพิจารณาจากทฤษฎีพื้นฐาน ทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ ทักษะการคิดนอก กรอบเป็นทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Skills) ทักษะหนึ่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบของความคิด สร้างสรรค์ และเป็นทักษะภายในตัวบุคคลทักษะหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งหากบุคคลมีทักษะการคิดที่เหมาะสม ย่อมจะส่งผลต่อการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงพัฒนาตัวแปร ทักษะการคิดนอกกรอบเป็นองค์ประกอบหนึ่งของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่จะ ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน เชิงนวัตกรรม

2) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning) หมายถึง ความสามารถในการ แสวงหาความรู้ และพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญของตนเองจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวทั้งภายในและภายนอกอย่างสม่ำเสมอ การประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้อยู่เสมอเพื่อสร้างองค์ ความรู้ใหม่ การบูรณาการประสบการณ์และความรู้ใหม่เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อให้เกิดการพัฒนา และขยายทักษะความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง (Zhou and Abrahamson, 2010; Nisula, 2013; Jyoti and Dev, 2015)

ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน วิธีในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง คือการ ปรับองค์การมุ่งสู่การเรียนรู้ องค์การจำเป็นต้องกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรพัฒนาขีดความสามารถของ ตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ มีการพัฒนารูปแบบการคิดใหม่ ๆ กระตุ้นให้ บุคลากรเกิดความตระหนักและมุ่งมั่นในการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง องค์กรจำเป็นต้องเสริมสร้าง กระบวนการสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กรในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Anderson, Potočnik and Zhou, 2014) เนื่องจากองค์กรแห่งการเรียนรู้เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความยืดหยุ่น และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง (Miri, Shahabi and Asadipour, 2019)

การเรียนรู้เป็นกระบวนการของการได้มาซึ่งข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูล และการตีความร่วมกัน ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิผลทั้งในระดับบุคคลและองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ (Outcomes) รวมทั้งมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และยังส่งผลต่อศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปรับปรุงและขยายทักษะและความรู้อย่างต่อเนื่อง (Jyoti and Dev, 2015) ทั้งนี้ กระบวนการเรียนรู้ของสมาชิกที่มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทำให้ความรู้ในปัจจุบันและความรู้ใหม่สามารถถ่ายโอนแลกเปลี่ยนและรวมกันใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างเป็นความรู้ขององค์กร (Lin & Lee, 2017) บุคลากรที่มีเป้าหมายในการเรียนรู้คือผู้ที่ต้องการได้รับทักษะใหม่ ๆ ความรู้ใหม่ และการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Amarakoon, Weerawardena & Verreyne, 2016; Lorenz et al., 2016) บุคลากรในองค์กรขนาดใหญ่และขนาดเล็กสามารถเรียนรู้ผ่านกระบวนการทำงาน และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้กระบวนการเรียนรู้ของบุคลากรสามารถกำหนดรูปแบบได้จากปัจจัยทางวัฒนธรรมและสถานการณ์ในองค์กร การเรียนรู้ของบุคลากรสามารถแบ่งออกเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ประการแรกการเรียนรู้อย่างเป็นทางการรวมถึงความรู้ทางเทคนิคและทักษะการแก้ปัญหา ประการที่สองการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง ความเชี่ยวชาญในทางปฏิบัติที่ได้มาจากการแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ในที่ทำงาน (Inanc et al., 2015)

บุคลากรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้มีความมุ่งมั่นในการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้นและมีแรงจูงใจที่สูงขึ้นในการทำงานที่ท้าทายให้สำเร็จ ซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพการบริการที่สูงขึ้น นอกจากนี้บุคลากรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กร ผ่านความคิดสร้างสรรค์ที่เพิ่มขึ้น บุคลากรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้มุ่งมั่นที่จะได้รับความรู้และทักษะใหม่ ๆ เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า ปฏิบัติการของคู่แข่ง เทคโนโลยีใหม่ ๆ และแนวโน้มของตลาด เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ (Melton & Hartline, 2012) เพื่อเพิ่มการเรียนรู้ของบุคลากรองค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะความรู้และความสามารถที่จำเป็นเพื่อปรับปรุงผลงานของบุคลากรและเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานในที่สุด (Inanc et al., 2015; Melton & Hartline, 2012; Yoopetch, 2017)

การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องระดับบุคคลมุ่งเน้นไปที่ระดับของปัจเจกบุคคล ซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่ประกอบด้วย ระดับของบุคคล กลุ่มทีม และองค์กร การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องระดับบุคคลส่วนใหญ่ หมายถึงพฤติกรรมการเรียนรู้ที่มีความคิดริเริ่มของแต่ละบุคคลตามการรับรู้และความต้องการ ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความเต็มใจ ความสามารถ และอิสระในการเลือกวิธีการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล (Liu et al., 2019; Wang and Li, 2011) เนื่องจากการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของแต่ละบุคคลสามารถส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร เช่นเดียวกับที่ Liu, Zhao and Zhao (2020) ศึกษากลไกของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่ขับเคลื่อนโดยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การศึกษาพบว่าการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องระดับบุคคลสามารถ

ส่งเสริมพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมได้ การวางแผนอาชีพและการรับรู้ความสามารถของตนเองมีบทบาทเป็นตัวแปรกลางที่ส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการนำมาซึ่งพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม นอกจากนี้สภาพแวดล้อมขององค์กรมีผลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดจากการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ตามทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ การเรียนรู้เป็นการให้ได้มาซึ่งทักษะและเกิดแรงจูงใจภายใน ซึ่งเป้าหมายของการเรียนรู้ของการได้มาซึ่งทักษะและความรู้ คือทักษะหลักที่เกี่ยวข้องในงาน (Domain-relevant skills) และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-relevant processes) หรือทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Skills) ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล นอกจากนี้การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องยังทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานอีกประการหนึ่งที่จำเป็นสำหรับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล แรงจูงใจภายในกระตุ้นให้บุคคลแสวงหาความท้าทาย มุ่งพัฒนากระบวนการเพื่อทำความเข้าใจและเกิดความเชี่ยวชาญในงานที่ท้าทาย รวมทั้งการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อระบุและใช้เป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหา นอกจากนี้ การเรียนรู้สามารถส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และแรงจูงใจภายในในการพัฒนาความสามารถและความเชี่ยวชาญ (Expertise) และบุคคลที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ยังแสวงหาโอกาสในการเรียนรู้ และความรู้ที่ซับซ้อนซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ในระดับปัจเจกบุคคล การเรียนรู้จึงนำมาซึ่งความรู้ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนมีความเป็นเหตุและเป็นผลต่อกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเป็นองค์ประกอบหนึ่งของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่จะส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Sharing) หมายถึง การแบ่งปันความรู้ ความคิด ข้อเท็จจริง ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ และทักษะต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ทั้งที่เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลและความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง ให้กระจายทั่วทั้งองค์กร โดยการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ระหว่างบุคคล เพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มในองค์กรผ่านกิจกรรมแนวทางการปฏิบัติและเครื่องมือที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะของคนในองค์กรให้ขยายวงกว้างขึ้น สามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีประสิทธิภาพและมีคุณค่าต่อองค์กร (Centobelli et al., 2017; Lee, 2018)

ความรู้ ถือเป็นทรัพยากรหลักของความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความยั่งยืนและความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร ดังนั้น ความรู้จึงเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งสำหรับองค์กร (Choe, 2004) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นกิจกรรมหลักของการจัดการความรู้ ซึ่งมีผลกระทบหลายแง่มุม และเกิดประโยชน์ต่อองค์กร

ความรู้ คือความคิด ข้อเท็จจริง ความสามารถและความเข้าใจที่สามารถส่งผลกระทบต่อบุคคลทีมและองค์กร การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่งในการจัดการความรู้ที่ส่งผล

กระทบในวงกว้างและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร กระบวนการการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคคล ตั้งแต่สองคนขึ้นไป ที่สื่อสารความรู้ระหว่างกันและหลอมรวมความรู้นั้น (Paulin & Suneson, 2012) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้รับการศึกษาว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลดต้นทุน ประสิทธิภาพ ขององค์กร และประสิทธิภาพของปัจเจกบุคคล และการทำงานเป็นทีม กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ดี ยังสามารถส่งเสริมนวัตกรรมโดยการสนับสนุนบุคลากร ให้คิดอย่างสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกันและการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ (Lee, 2018) ทั้งนี้ การจัดการความรู้และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กลายเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างเติบโต ปรับปรุงและรักษาความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรและมุ่งมั่นที่จะนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน (Imran et al., 2018)

ในแง่ของความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานมีความรู้สองประเภทที่สามารถแบ่งปันกันได้ ความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (explicit knowledge) และความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (tacit knowledge) ความรู้ทั้งสองประเภทต้องการวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันและต้องใช้ความพยายามต่างกัน ความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (explicit knowledge) คือความรู้ที่สามารถระบุ อธิบาย จัดทำเป็นเอกสารได้ และแลกเปลี่ยนได้ง่าย (Davidova, Kokina and Zarina, 2014) โดยทั่วไปความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง เป็นทางการและเป็นความรู้เชิงระบบที่แสดงออกผ่านคำและตัวเลขที่ได้จากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ ไปจนถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง มักกระทำโดยการแบ่งปันเอกสารหรือการจัดอบรมที่ให้ความรู้ในรูปแบบสารสนเทศที่บุคลากรสามารถเข้าถึงได้ภายในการดำเนินงานขององค์กร (Gonzalez and Martins, 2017) การแลกเปลี่ยนความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง สามารถทำได้ง่าย แต่มีผลกระทบอย่างมากเนื่องจากสามารถเพิ่มความสามารถของบุคลากรให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Pangil and Nasurddin, 2013) ในขณะที่ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (tacit knowledge) คือความรู้ที่อยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ส่วนบุคคล แสดงออกโดยพฤติกรรมหรือวิธีการในการทำงานบางอย่าง ทักษะคิด มุมมอง แรงจูงใจและอธิบายเป็นคำพูดได้ยาก ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลยังแสดงถึงมุมมองส่วนตัว ค่านิยมส่วนตัวและสัญชาตญาณส่วนตัว ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล มักถูกแลกเปลี่ยนโดยการแสดงพฤติกรรมและเกิดจากกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Davidova, Kokina and Zarina, 2014) ทั้งนี้ การแลกเปลี่ยนความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล ทำได้ผ่านการอภิปรายที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงและต้องใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นจากทั้งสองฝ่ายอย่างเข้มแข็ง การแลกเปลี่ยนความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลมีความสำคัญต่อองค์กร เพราะจะช่วยปรับปรุงคุณภาพของการทำงานและแสดงให้เห็นว่าบุคลากรมีความสามารถเพียงใด (Gonzalez and Martins, 2017) ทั้งนี้ ความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง และความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล เป็นสิ่งสำคัญที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้งเป็นข้อมูลที่มีอยู่ ในขณะที่ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลเป็นความเข้าใจและตีความข้อมูล ความรู้ทั้งสองประเภทยังเป็นสิ่งที่จะต้องควบคู่กัน เพราะความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้งไม่สามารถนำไปใช้

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าบุคลากรปราศจากความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Pangil and Nasurddin, 2013; Davidova, Kokina and Zarina, 2014; Maharani et al., 2020)

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถทำให้เกิดการเรียนรู้เชิงลึกได้ เนื่องจากต้องมีการจัดระเบียบทำความเข้าใจ กำหนดแนวความคิด และวิเคราะห์ความรู้ของตนเอง เพื่อการแลกเปลี่ยน เมื่อบุคลากรแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนร่วมงาน จะทำให้มองเห็นสิ่งต่าง ๆ จากมุมมองที่แตกต่างกัน จึงสามารถขยายฐานความรู้ได้ นอกจากนี้ การแลกเปลี่ยนความรู้ไปยังคลังความรู้เพื่อใช้งานร่วมกัน ต้องมีกลุ่มของความรู้ที่พร้อมใช้งานสำหรับการแลกเปลี่ยนและสำหรับการรวมข้อมูล เพื่อผลิตคำตอบ หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ดังนั้นสำหรับบุคลากรจึงเป็นการปรับปรุงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Zhu, Chiu, & Infante Holguin-Veras, 2018; Chen, Wei and Rice, 2020) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Chen, Wei and Rice, (2020) ที่ศึกษามุมมองสองด้านของการจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับโซเซียลมีเดีย ซึ่งพบว่าการแลกเปลี่ยนเรียนรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ในขณะที่การซ่อนความรู้ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร สำหรับบุคลากร ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนร่วมงานอย่างสร้างสรรค์อยู่เสมอ เพื่อปรับปรุงความคิดสร้างสรรค์ สำหรับองค์กรการค้นพบนี้เสนอแนะว่าควรใช้นโยบายที่แตกต่างกันซึ่งเน้นด้านกฎระเบียบของบุคลากรเพื่ออำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเพื่อหลีกเลี่ยงการซ่อนความรู้

นอกจากนี้ ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง การสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเป็นความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญและจำเป็นเพื่อความอยู่รอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับองค์กร ฐานความรู้ และมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จเมื่อองค์กรตระหนักถึงความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และมุ่งเน้นไปที่การดูแลและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้วิธีหนึ่งในการปรับปรุงความคิดสร้างสรรค์ คือการให้ความรู้แก่บุคคลอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับความสามารถในการสร้างความรู้ใหม่ การประยุกต์ใช้งาน และการรักษาความรู้ (Chen and Chen 2010; Gardner and Laskin, 2011) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Lee (2018) ที่ศึกษาผลของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในสถาบันอุดมศึกษาในเกาหลี ในมุมมองทางสังคมและเทคนิคและทุนทางสังคม ทฤษฎีถูกใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยเชิงสาเหตุของการสนับสนุนความรู้เช่นเดียวกับตรวจสอบแง่มุมทางสังคมและทางเทคนิค ซึ่งพบความสัมพันธ์ระหว่างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในระดับบุคคลของสถาบันอุดมศึกษา

ทั้งนี้ ตามทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ การแบ่งปันความรู้ช่วยเพิ่มทักษะที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (creativity-relevant skills) (Perry-Smith & Shalley, 2003) และทำให้บุคลากรมีแนวโน้มที่จะมีความคิดสร้างสรรค์และมีความสร้างสรรค์ในงานและบทบาทของ

ตนมากขึ้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์กรสามารถเพิ่มโอกาสในการสร้างไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร สมาชิกในองค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากการเรียนรู้และประสบการณ์จากแหล่งความรู้ ทำให้เกิดการเรียนรู้วิธีดำเนินงานในรูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ นอกจากนี้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยให้เกิดการกระจายความรู้ภายในองค์กร และยังเป็นการยกระดับตัวบุคคล ทำให้เกิดการบูรณาการความรู้ในการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาตัวแปรการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่จะส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

4) การบูรณาการทางเทคโนโลยี (Technology Integration) หมายถึง ความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอย่างเต็มศักยภาพของบุคลากรในการพัฒนาส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนกระบวนการทำงานหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นำไปสู่พฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบและบรรลุเป้าหมายของงานอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กรขนาดใหญ่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพียงอย่างเดียว เพื่อให้มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน Bentley University แบ่งปันว่าธุรกิจที่สนับสนุนให้พนักงานใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการทำงาน เช่น เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์กับบุคลากร เป็นการเพิ่มการมีส่วนร่วมของบุคลากร และเพิ่มจำนวนความคิดในการแบ่งปัน และบุคลากรสามารถแบ่งปันความคิดได้อย่างอิสระมากยิ่งขึ้น ประโยชน์ด้านความคิดสร้างสรรค์ ประการที่สองของการใช้เทคโนโลยีคือเทคโนโลยีช่วยให้บุคลากรสามารถนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ได้โดยไม่ต้องเปิดเผยตัวตน บุคลากรสามารถให้ข้อมูลได้โดยไม่ต้องกังวล ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้บุคลากรแบ่งปันความคิดได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ยังเป็นการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งในด้านนวัตกรรมและผลกำไร (Kapoor, 2022)

เมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีมีความสำคัญมากขึ้นในการรับข้อมูลข่าวสาร การแบ่งปัน เผยแพร่สารสนเทศที่จำเป็น การใช้เทคโนโลยีจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์ของพนักงาน ทั้งนี้ นักวิชาการยังให้ความเห็นว่าการบูรณาการเครื่องมือทางเทคโนโลยีและดิจิทัลสามารถกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการทำงาน (Cai et al., 2020)

เทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างมากในสภาพแวดล้อมการทำงาน ซึ่งช่วยลดข้อผิดพลาดของมนุษย์ เพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มความเร็วของการสื่อสาร พนักงานจึงต้องมีการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้อย่างเหมาะสม เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและผลผลิตตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ในอนาคต (Baskaran et al., 2020) ด้วยความสัมพันธ์

ระหว่างเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานในปัจจุบัน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจการนำเทคโนโลยีไปใช้งานและการใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์องค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่ 1) เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานและการนำไปประยุกต์ใช้ 2) มุมมองทางจิตวิทยาของกระบวนการสร้างสรรค์ และ 3) กรอบทางสังคมที่เทคโนโลยีถูกนำมาใช้ และกระบวนการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น (Fairchild et al., 2011) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ Koivula, Villi and Sivunen (2020) ที่ศึกษาความต้องการความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่เพิ่มสูงขึ้นของอุตสาหกรรมสื่อตลอดจนลักษณะการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่าเทคโนโลยีการสื่อสารช่วยให้บุคลากรมีโอกาสมากขึ้นในการแบ่งปันความคิด และขยายขอบเขตของความรู้ ศึกษาการทำงานระยะไกลโดยใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางในการสื่อสารขององค์กร และนำเสนอผลกระทบเชิงปฏิบัติการที่กระตุ้นให้เกิดวัฒนธรรมใหม่และนวัตกรรมขององค์กร นอกจากนี้ Fairchild et al. (2011) ยังได้สรุปการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในกระบวนการสร้างสรรค์ แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในกระบวนการสร้างสรรค์

กระบวนการ	ประโยชน์ของเทคโนโลยี	เทคโนโลยีที่มีศักยภาพ
การระบุปัญหา	ช่วยในการสื่อสารและแบ่งปันความคิด	Email, smart phones, CADsoftware
	เพิ่มการมองเห็นภาพของปัญหา	CADsoftware
การรวบรวมข้อมูล	การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มาที่หลากหลาย การเข้าถึงความรู้ทันที	Internet/World Wide Web
	ช่วยในการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานและผู้เชี่ยวชาญนอกสถานที่	Email, smart phones, videoconferencing, instant messaging
การเลือกแนวคิด	การสนับสนุนการเรียงลำดับ การจัดระเบียบและการลงรายการเนื้อหาของข้อมูล	Online design databases (e.g., Wikis), interactive, searchable design repositories

ตารางที่ 3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในกระบวนการสร้างสรรค์ (ต่อ)

กระบวนการ	ประโยชน์ของเทคโนโลยี	เทคโนโลยีที่มีศักยภาพ
การผสมผสานแนวคิด	ช่วยเหลือให้นักออกแบบในการพัฒนากรอบสำหรับการผสมผสานแนวความคิดในรูปแบบใหม่ๆ	Interactive, searchable design repositories
	ช่วยในการอภิปรายระหว่างบุคคล นำไปสู่การพัฒนาชุดความคิดใหม่ๆ	Large format displays or other visualization tools
การสร้างความคิด	สนับสนุนการระดมความคิดแนวคิดเชิงนามธรรมเป็นแนวคิดที่เป็นรูปธรรม	Publically-available, Internet-based resources (e.g., YouTube)
	เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้นักออกแบบสรุปแนวคิดออกมาเป็นแนวทางแก้ไขที่มีศักยภาพ	CAD software
	ช่วยในการสื่อสารระหว่างสมาชิกในทีม	Virtual meeting software, online collaboration tools (e.g., Google Wave)
การประเมินความคิด	การตรวจสอบและทดสอบความเป็นไปได้ของแนวคิดอย่างมีประสิทธิภาพ	Rapid prototyping
การวางแผนดำเนินงาน	การพัฒนาและตรวจสอบรายละเอียดการออกแบบเพื่อกำหนดเส้นทางที่ดีที่สุดสำหรับการนำไปใช้งาน	CAD software, design repositories and databases of past projects
	การเปิดใช้งานการทำงานร่วมกันข้ามสาขาวิชาเพื่อนำไปปฏิบัติ	CAD software

ตารางที่ 3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในกระบวนการสร้างสรรค์ (ต่อ)

กระบวนการ	ประโยชน์ของเทคโนโลยี	เทคโนโลยีที่มีศักยภาพ
การตรวจสอบ	ให้การปรับปรุงและผลสะท้อนกลับอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับการใช้งานการออกแบบ	Hardware and software sensors, tracking hardware
	ช่วยให้ลูกค้าหรือผู้ใช้ ป้อนผลสะท้อนกลับเกี่ยวกับการใช้งาน	Web-based surveys, email

ที่มา : Fairchild et al. (2011)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จึงสรุปได้ว่า การบูรณาการทางเทคโนโลยี เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุน ส่งเสริม ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร การเปิดรับความรู้และการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ช่วยกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ความคิด และเป็นการการริเริ่มสิ่งใหม่ของผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้ความสามารถทางเทคโนโลยียังเป็นทักษะหลักที่เกี่ยวข้องในงาน (Domain-relevant skills) ที่จำเป็นของผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาตัวแปรการบูรณาการทางเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบหนึ่งของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

5) การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process Development) หมายถึงความสามารถในการพัฒนากระบวนการทางความคิด วิธีการคิด ลำดับความคิดและการกระทำที่นำไปสู่สิ่งแปลกใหม่ ผลผลิตใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาจากความคิดและการกระทำที่สร้างสรรค์ รวมถึงการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรม เพื่อระบุปัญหาที่อาจเกิดขึ้น การค้นหาข้อมูลและสร้างแนวทางใหม่หรือทางเลือก เพื่อการแก้ปัญหาด้วยเทคนิควิธีการต่าง ๆ (Harris et al., 2014; Lubart, 2015; Azim et al., 2019)

กระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นการเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเข้ากับวัตถุประสงค์ในการผลิตสิ่งที่มีมูลค่าที่สามารถพัฒนาและนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ Taylor (2017) แบบจำลองที่ได้รับความนิยมของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นในปี 1926 โดย Graham Wallas ซึ่งได้สรุปทฤษฎีของกระบวนการสร้างสรรค์ที่อิงจากการสังเกตและศึกษาเรื่องราวของนักประดิษฐ์และงานสร้างสรรค์ประเภทอื่นๆ และถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ต่อมา (Sadler-Smith, 2015) ประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1: การเตรียมการ (Preparation) กระบวนการสร้างสรรค์เริ่มต้นด้วยการเตรียมการ: การรวบรวมข้อมูลและวัสดุอุปกรณ์ การระบุแหล่งที่มาของแรงบันดาลใจ และการได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับโครงการหรือปัญหาในมือ ซึ่งมักจะเป็นกระบวนการภายใน (การคิดอย่างลึกซึ้งเพื่อสร้างและมีส่วนร่วมกับแนวคิด) เช่นเดียวกับกระบวนการภายนอก (การออกไปสู่โลกเพื่อรวบรวมข้อมูลที่จำเป็น ทฤษฎีกร เนื้อหา และความเชี่ยวชาญ)

ขั้นตอนที่ 2: การฟักตัว (Incubation) ต่อมา ความคิดและข้อมูลที่รวบรวมได้ในระยะที่ 1 ถูกบ่มเพาะในจิตใจ เมื่อความคิดค่อย ๆ ลึกซึ้งขึ้นและเกิดการเชื่อมต่อใหม่ขึ้น ในช่วงเวลานี้ จะลดความสนใจจากปัญหาและปล่อยให้จิตใจได้พักผ่อน ในขณะที่จิตสำนึกกลองลอยไป จิตไร้สำนึกก็มีส่วนร่วม สิ่งนี้ไอน์สไตน์เรียกว่า 'การผสมผสาน' โดยใช้แนวคิดและอิทธิพลที่หลากหลาย และค้นหาวิธีใหม่ในการผสมผสานความคิดเข้าด้วยกัน

ขั้นตอนที่ 3: ความคิดกระจ่างชัด (Illumination) หลังจากบ่มเพาะระยะหนึ่ง เกิดการหยั่งรู้ในจิตใจและตระหนักรู้อย่างมีสติ ความคิดสับสนนั้นได้ผ่านการเรียบเรียงและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกันให้มีความกระจ่างชัด มองเห็นภาพความคิดชัดเจน

ขั้นตอนที่ 4: การยืนยัน (Verification) ความคิดและความเข้าใจใด ๆ ที่เกิดขึ้นในระยะที่ 3 จะถูกรวบรวมและพัฒนา โดยใช้ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณเพื่อขัดเกลาผลลัพธ์ จากนั้นจึงสื่อสารคุณค่าของผลลัพธ์ให้ผู้อื่นทราบ

กระบวนการคิดสร้างสรรค์ เกี่ยวข้องกับความสามารถของบุคคล เช่นความคล่องแคล่ว และความยืดหยุ่นทางความคิด ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้เกิดขึ้นทันที แต่มีชุดของขั้นตอนพื้นฐานและความเชื่อมโยงกัน หรือเรียกกระบวนการนี้ว่า กระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving Process) (Torrance and Myers, 1970) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การค้นหาข้อเท็จจริง (Fact Finding) 2) การค้นพบปัญหา (Problem Finding) 3) การตั้งสมมติฐาน (Idea Finding) 4) การค้นพบคำตอบ (Solution Finding) และ 5) การยอมรับผลจากการค้นพบ (Acceptance Finding) ซึ่งสิ่งที่ได้จากค้นพบจะนำไปสู่แนวทางหรือแนวคิดใหม่ เรียกว่า New Challenges

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงกระบวนการคิดสร้างสรรค์ อาจกล่าวได้ว่ามีความคล้ายคลึงกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีชุดขั้นตอน ประกอบด้วย อันดับแรก คำจำกัดความของปัญหา คือปัญหาที่เกิดขึ้นและต้องการการตอบสนอง เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการรวบรวมข้อมูล ซึ่งนำไปสู่ขั้นตอนที่สอง คือการสร้างสมมติฐาน เพื่อให้การแก้ปัญหาที่เป็นไปได้นั้นบรรลุผล จากนั้นเป็นขั้นตอนของการทดลองและการสังเกต ตามด้วยการวิเคราะห์ผลลัพธ์และการกำหนดข้อสรุป ที่นำไปสู่การสื่อสารผลลัพธ์และผลตอบรับ เป็นวงจรใหม่ที่สมบูรณ์ของกระบวนการ ได้แก่ การค้นหาข้อมูล การสร้างสมมติฐาน การทดลอง การวิเคราะห์ การสื่อสารและผลตอบรับ (Nichols and Stephens, 2013)

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์นั้น ต้องมีการดำเนินการขององค์กร และสภาพแวดล้อม และการบ่มเพาะองค์ความรู้ ทักษะจากการเรียนรู้ระดับบุคคล ประกอบกับองค์กรต้องมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ลักษณะองค์กร คุณค่า ความเป็นผู้นำที่เป็นลักษณะขององค์กรนวัตกรรมที่มีความสัมพันธ์กับ กระบวนการสร้างสรรค์ และการ สร้างสรรค์เฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นสื่อกลางของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ เกิดความคิดสร้างสรรค์ระดับ บุคคล กลุ่ม และระดับองค์กร (Mumford, 2012) ความคิดสร้างสรรค์ของ บุคคล ไม่ใช่พรสวรรค์ที่บุคคลมี แต่เป็นคุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งมีมากน้อยไม่เท่ากัน และบุคคล แสดงออกมาในระดับต่างกัน ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนา เรียนรู้ ให้มีระดับ ที่สูงขึ้นได้ ทั้งนี้ มีนักคิด นักจิตวิทยา ได้เสนอเทคนิควิธีการพัฒนากระบวนการแก้ไขปัญหา ยกตัวอย่างเช่น เทคนิคการระดมสมอง เป็นวิธีหนึ่งในการแก้ไขปัญหาของ Osborn มีจุดมุ่งหมายเพื่อ ส่งเสริมให้บุคคลมีความคิดหลายทิศทาง คิดคล่องแคล่ว ได้ปริมาณมากในช่วงเวลาจำกัด โดยการให้ บุคคลคิดเป็นกลุ่มหรือรายบุคคลก็ได้ จดรายการความคิดต่าง ๆ ที่คิดได้ โดยไม่คำนึงถึงการประเมิน ความคิด แต่เน้นปริมาณความคิด คิดให้ได้มาก คิดให้แปลก หลีกจากได้รวบรวมความคิดต่าง ๆ แล้ว จึงค่อยประเมินเลือกความคิดที่ดีที่สุดมาใช้ในการแก้ปัญหาและจัดลำดับทางเลือกหรือทางแก้ปัญหา รong ๆ ไว้อีกด้วย

ทั้งนี้พบการศึกษาของ Barnard & Herbst (2019) พบว่า กระบวนการคิดสร้างสรรค์ของ ผู้ประกอบการและนักนวัตกรรม พิจารณาจากความคิดที่มีอยู่อย่างหลากหลาย และทำการวิเคราะห์ อย่างครอบคลุมลักษณะความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะ 2) ลักษณะนิสัย 3) ทักษะ 4) สิ่งเร้า 5) กระบวนการ 6) วิธีการและเทคนิค 7) จินตนาการ 8) สัญชาติญาณ 9) การระบุปัญหา 10) การอ้างอิงวิธีแก้ปัญหาที่ผ่านมา 11) วิธีแก้ปัญหา 12) ทีม และ 13) ปัจจัยแห่งความสำเร็จทางตลาด ทั้งนี้กระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ สามารถพัฒนาได้ และการศึกษาของ Kabukcu (2015) ศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ในการเป็น ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นนวัตกรรม โดยประยุกต์ใช้กระบวนการสร้างสรรค์ 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเตรียมการ 2) การตรวจสอบข้อเท็จจริง 3) การเปลี่ยนแปลง 4) การบ่มเพาะ 5) การทำให้ กระจ่าง 6) การยืนยันความจริง และ 7) การนำไปใช้ ทั้งนี้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมี ส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ความรุนแรงในแข่งขันในปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัย ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการ นวัตกรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญของ องค์กรโดยการสร้างกิจกรรมทางธุรกิจใหม่ ๆ และเพื่อสร้างความอยู่รอด

ตามทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ กระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบของ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-relevant processes) ซึ่งทำให้เกิด แรงจูงใจภายใน และเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์จึงมีความสำคัญต่อองค์กรในการนำมาใช้ในการพัฒนางานและ

แก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงตัวแปรการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่จะส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเพื่อสังเคราะห์และนำมาเป็นแนวทางอธิบายผลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior) และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Innovation Performance) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา และพัฒนาสมมติฐานการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยชุดของความสัมพันธ์ดังนี้

อิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

จากการศึกษาแนวคิดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ทักษะการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking Skill) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสรรค์ (Creative Knowledge Sharing) การบูรณาการทางเทคโนโลยี (Technology Integration) และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process Development) ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior) ซึ่งประกอบด้วย การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation) การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (Idea Implementation) และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Innovation Performance) สามารถอธิบายได้ดังนี้

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior)

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดใหม่ หรือแนวทางการแก้ไขปัญหา และประยุกต์ใช้ความคิดกระบวนการ ผลงานและขั้นตอนในการทำงานใหม่ ๆ ในงาน กลุ่มงาน หรือองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคคลและขององค์กร

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมเป็นผลมาจากความคิดสร้างสรรค์และเกี่ยวข้องกับการแปลงกระบวนการสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นผลกำไร ในพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม บุคลากรจะใช้ความคิดใหม่และวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน และนำความคิดใหม่ไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่องาน กลุ่มงาน หรือองค์กร โดยได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานและองค์กร (Harborn & John, 2013; Tavalae, 2013) ทั้งนี้พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมสามารถถูกมองว่าเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมซึ่งรวมถึงพฤติกรรมทั้งหมดที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและได้ผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรม (Jeroen & Deanne, 2014; Kamran & Ganjinia 2017)

ดังนั้น พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมจึงเป็นพฤติกรรมที่ครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มต้นความคิด และการนำความคิดนั้นไปประยุกต์ใช้ (De Jong & Hartog, 2010) และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ยังเป็นการพัฒนา การเลือก และการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ สำหรับสร้างสรรค์ผลงานและใช้ใน กระบวนการทำงานในองค์กร (Shi, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yuan & Woodman (2010) กล่าวว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เป็นความตั้งใจในการนำเสนอ หรือประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ ๆ ผลิตรายงานใหม่ ๆ หรือกระบวนการทำงานใหม่ๆ กับงาน ทีม หรือองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ งาน การประยุกต์ใช้วิธีการทำงานใหม่ ๆ และการค้นหาทรัพยากรที่จะนำไปใช้กับความคิดใหม่ ๆ ซึ่ง พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เป็นพฤติกรรมที่ซับซ้อนโดยประกอบด้วย การสร้าง การนำเสนอ ความคิดใหม่ และการทำให้ความคิดนั้นเป็นจริงโดยการนำไปใช้ ทั้งนี้ยังพบว่าความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการส่งเสริมพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ของบุคลากร ดังนั้น ผู้บริหารต้องปรับปรุงความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเป็นอันดับแรกเพื่อ เสริมสร้างพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคลากร (Jodi et al., 2019)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้พัฒนา ตัวแปร พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior) โดยบูรณาการทฤษฎีองค์ประกอบ ของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ ของบุคคลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมที่จะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมเชิง นวัตกรรม ซึ่งขึ้นอยู่กับทรัพยากรหลักหรือทักษะที่เกี่ยวข้องในระดับบุคคล ทักษะในการจัดการ นวัตกรรม และแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม จึงได้องค์ประกอบที่สำคัญของพฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรม ได้แก่ การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation) การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (Idea Implementation) และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)

1) การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation) หมายถึง กระบวนการในการสร้างและ รวบรวมความคิด ทำให้เกิดความคิดแปลกใหม่ อาจเป็นการผสมผสานหรือจัดโครงสร้างข้อมูลใหม่ หรือใช้ประโยชน์จากแนวคิดเพื่อแก้ปัญหาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน (De Jong & Hartog, 2010; Dorow et al., 2015)

การสร้างความคิดใหม่ เป็นการค้นหาความคิดใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา มีความสำคัญต่อ ความสำเร็จของกระบวนการเชิงนวัตกรรม สิ่งสำคัญคือต้องตระหนักถึงขั้นตอนการสร้างความคิดใหม่ การสร้างความคิดใหม่ช่วยในการสร้างสรรค์และทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ Ideas To Go (2020) เสนอองค์ประกอบของการสร้างความคิดใหม่ 4 ประการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความคิดใหม่ ได้แก่ 1) เน้นปริมาณ (Quantity) คือ การคิดให้ได้ในปริมาณมาก และจดแนวคิดต่าง ๆ ให้มากที่สุด เท่าที่จะมากได้ จากนั้นคิดเสริมต่อจากแนวคิดของผู้อื่นที่นำเสนอออกมา 2) ความหลากหลาย

(Variety) คือความหลากหลายทำให้ความคิดกว้างขึ้น วิธีที่ง่ายที่สุดวิธีหนึ่งในการเพิ่มความหลากหลายคือ การจับกลุ่ม หรือจัดหมวดหมู่สิ่งที่คล้ายกันให้อยู่ด้วยกัน หลังจากนั้นให้เลือกสิ่งที่ยังไม่ได้เจาะลึกและสร้างแนวคิดเพิ่มเติมจากแนวคิดนั้น 3) มีเอกลักษณ์ (Unique) หนึ่งใน การสร้างความคิดที่ยากที่สุดคือ การหาความเป็นเอกลักษณ์ ไม่ใช่เพราะไม่สามารถทำได้ แต่เป็นเพราะคนส่วนใหญ่ไม่รู้จักรักตัวตนของธุรกิจมากเท่าที่ควร 4) การลงรายละเอียดให้รอบคอบ (Elaboration) คือ การนำเสนอแนวคิดออกมาสามารถจุดประกายให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ที่จะค่อยๆ เพิ่มความแตกต่างไปจากคนอื่น ในการระดมความคิดเรียกว่า “การสร้าง” การทำซ้ำแบบนี้จะช่วยพัฒนาความคิดให้ดีขึ้น และมีความรอบคอบมากขึ้น ยิ่งมีความละเอียดมากเท่าไร ก็จะยิ่งพบความเป็นไปได้มากขึ้น

ทั้งนี้ การสร้างความคิดใหม่เป็นปัจจัยด้านกระบวนการในกระบวนการสร้างนวัตกรรมที่จะส่งผลสำเร็จต่อผลการปฏิบัติงานและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมขององค์กร และกระบวนการสร้างนวัตกรรมเกือบทั้งหมดรวมถึงองค์ประกอบการสร้างความคิดและการเลือกความคิด (Girotra, Terwiesch & Ulrich, 2010) นอกจากนี้ การสร้างความคิดใหม่ยังเป็นองค์ประกอบของการสร้างผลงานด้านนวัตกรรมที่มีความท้าทาย และการเพิ่มคุณภาพของการสร้างความคิดเชิงนวัตกรรมของบุคคล ควรได้รับการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกจากองค์กร นอกจากนี้การสร้างความคิดใหม่ยังเกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ และพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้จากการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ การดำเนินกิจกรรมเชิงนวัตกรรม และการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างผลงานเชิงนวัตกรรม (Heinonen et al., 2011; Eppler et al., 2011) และยังพบการศึกษาของ Dorow et al. (2015) พบว่า การสร้างความคิดใหม่เป็นกระบวนการในการสร้างและรวบรวมความคิดตามข้อกำหนดที่กำหนดโดยองค์กร และรวมถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และรายละเอียดของโครงสร้างองค์กรเพื่อสนับสนุนกระบวนการทำงาน (Flynn et al., 2003; Björk et al., 2011)

2) การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (Idea Implementation) หมายถึง กระบวนการที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการนำเอาความคิดสร้างสรรค์ใหม่ลงสู่การปฏิบัติจริง เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์เข้าสู่ขั้นตอนการปฏิบัติงาน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ในกระบวนการทำงาน (De Jong and Hartog, 2010; Kitsahawong, 2020)

การนำความคิดไปประยุกต์ใช้เป็นกระบวนการแปลงความคิดสร้างสรรค์โดยรวบรวมความคิดไปสู่ผลลัพธ์ที่จับต้องได้ นำไปใช้และเผยแพร่ไปยังส่วนต่าง ๆ ภายในและภายนอกองค์กร (Perry-Smith & Mannucci, 2017) ทั้งนี้ การนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ต้องเผชิญกับความท้าทายประการแรก จากการศึกษาพบว่าผู้มีอำนาจตัดสินใจมีอคติต่อความคิดสร้างสรรค์ และไม่รับรู้ถึงคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ (Mueller, Waksalak, & Krishnan, 2014; Zhou, Wang, Song, & Wu, 2017) และประการที่สอง ทรัพยากรขององค์กรมีจำกัดจึงไม่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์

ทั้งหมดมาใช้ได้ (Baer, 2012; Berg, 2016) ดังนั้นในการนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ จึงต้องได้รับแรงกระตุ้นเพื่อขจัดอคติของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ และสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์มุ่งสู่เป้าหมายที่วางไว้ (Alexander & Van Knippenberg, 2014)

ในกระบวนการสร้างนวัตกรรม ทักษะคิดที่มุ่งเน้นผลลัพธ์เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ความคิดเกิดขึ้น การนำความคิดไปประยุกต์ใช้เป็นการสร้างนวัตกรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงาน และเป็นพฤติกรรมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการสร้างกระบวนการทำงาน รวมถึงการทดสอบและแก้ไขผลลัพธ์ (De Jong and Hartog, 2010) โดยสิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ หรือการทำซ้ำ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553) การนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้จึงมีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งได้ประโยชน์จากความเป็นนวัตกรรม และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้ได้รับคุณค่าและผลกำไร (Alexe et al., 2014; Summa, 2004) ทั้งนี้ยังพบการศึกษาของ Baer (2012) ที่พบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และการนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ ซึ่งถูกควบคุมโดยแรงจูงใจของบุคคลในการนำความคิดไปสู่การปฏิบัติ และบุคคลสามารถปรับปรุงความคิดสร้างสรรค์ได้ โดยการคาดหวังผลลัพธ์ในเชิงบวกและพยายามนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ภายในเครือข่ายขององค์กร

3) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) หมายถึง ความพยายามในการปรับปรุงวิธีการดำเนินงาน ความสามารถในการพัฒนา ปรับปรุงแนวคิด วิธีการ และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ (Peng et al., 2008; Anand et al., 2009; Yang, Lee & Cheng, 2016)

การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเป็นความคิดเกี่ยวกับกระบวนการที่ไม่สิ้นสุด เป็นการตั้งคำถามถามซ้ำแล้วซ้ำเล่าของกระบวนการหรือกิจกรรม ทั้งนี้ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เกิดจากแรงกดดันในการปรับปรุงจากภายนอกหรือจากบุคลากรโดยตรง ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจในตนเอง ต่อการเรียนรู้และความปรารถนาที่ต้องการการปรับปรุง และการมีทัศนคติที่ต้องการการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น การคิดที่แตกต่างจากการคิดแบบเดิม ๆ มีความเข้าใจ สามารถระบุเป้าหมาย และสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ (Li, 2014) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นความสามารถของบุคลากรในการใช้มุมมอง กระบวนการ และวิธีการที่มีโครงสร้างปรับปรุงกิจกรรมการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (Anand et al., 2009; Peng et al., 2008; Setia and Patel, 2013; Wu et al., 2009) ทั้งนี้ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ยังเป็นการใช้ชุดของความพยายามอย่างเป็นระบบเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Peng et al., 2008; Anand et al., 2009). และเป็นแนวทางร่วมกันเพื่อแสดงถึงความพยายามอย่าง

ต่อเนื่องขององค์กรในการสำรวจและประยุกต์ใช้วิธีการใหม่ๆ ในการปรับปรุงการดำเนินงาน (Anand et al., 2009).

นอกจากนี้ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสร้างสรรค์นวัตกรรม เป็นกระบวนการที่สามารถนำมาใช้เพื่อผลักดันการปรับปรุงธุรกิจและนวัตกรรม ดังนั้นผู้จัดการและบุคลากรมุ่งควรเน้นไปที่การปรับปรุงและนวัตกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายขององค์กร Government of Western Australia (2017) แนะนำ 8 ขั้นตอนของกระบวนการการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การมุ่งเน้น (Focus) การมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์สุดท้ายที่เราต้องการ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเป้าหมายตามผลลัพธ์ การมีเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวจะมีประโยชน์ และยังเกี่ยวข้องกับข้อกับการหามาตรการที่จะใช้ในการติดตามผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจ (Explore) ขั้นตอนนี้เกี่ยวกับการค้นหาวิธีที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 หากเป็นไปได้ควรพัฒนาตัวเลือกต่างๆ การใช้ความคิดประเภทต่างๆ เช่น การคิดเชิงสร้างสรรค์ สามารถช่วยให้เกิดความคิดที่เราอาจคิดไม่ถึง

ขั้นตอนที่ 3 การเลือก (Select) ขั้นตอนนี้เกี่ยวกับการเลือกตัวเลือกที่ดีที่สุดจากตัวเลือกที่ระบุไว้ในขั้นตอนที่ 2 ที่สำคัญก็คือการแยกตัวเลือกที่ไม่ได้มีความสำคัญสูง ขั้นตอนนี้ยังให้การคาดการณ์เกี่ยวกับผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากตัวเลือกที่เลือก

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบ (Design) ขั้นตอนนี้เกี่ยวกับการออกแบบการดำเนินการที่ต้องดำเนินการเพื่อนำตัวเลือกที่เลือกไว้ในขั้นตอนที่ 3 ไปใช้ให้สำเร็จซึ่งอาจรวมถึงการตั้งค่าการทดลองขนาดเล็กหากจำเป็น ขั้นตอนที่ 4 ยังเกี่ยวกับการวางมาตรการเพื่อติดตามการนำไปใช้และผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 5 การดำเนินการ (Action) ขั้นตอนนี้เกี่ยวกับการดำเนินการตามที่ออกแบบไว้ในขั้นตอนที่ 4 และการติดตามผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังเกี่ยวกับการได้รับการสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีแรงจูงใจและติดตามอยู่เสมอ

ขั้นตอนที่ 6 การประเมิน (Assess) ขั้นตอนนี้เกี่ยวกับการประเมินผลลัพธ์ที่ได้ในขั้นตอนที่ 5 กับผลลัพธ์ที่คาดการณ์ไว้ในขั้นตอนที่ 3 นอกจากนี้ยังเกี่ยวกับการดูผลกระทบโดยรวมต่อเป้าหมายที่พัฒนาในขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนที่ 6 ยังเกี่ยวกับการพิจารณาสิ่งที่ไม่คาดคิด

ขั้นตอนที่ 7 การสร้าง (Create) จากขั้นตอนที่ 1 ถึง 6 ทำให้เกิดการเรียนรู้และอาจมีสถานการณ์ใหม่ในการปรับปรุงเพิ่มเติม ขั้นตอนที่ 7 เป็นเรื่องของคำถามคำถามและคิดหาไอเดียสำหรับการปรับปรุงเพิ่มเติม ขั้นตอนนี้จะใช้การคิดประเภทต่างๆ เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์

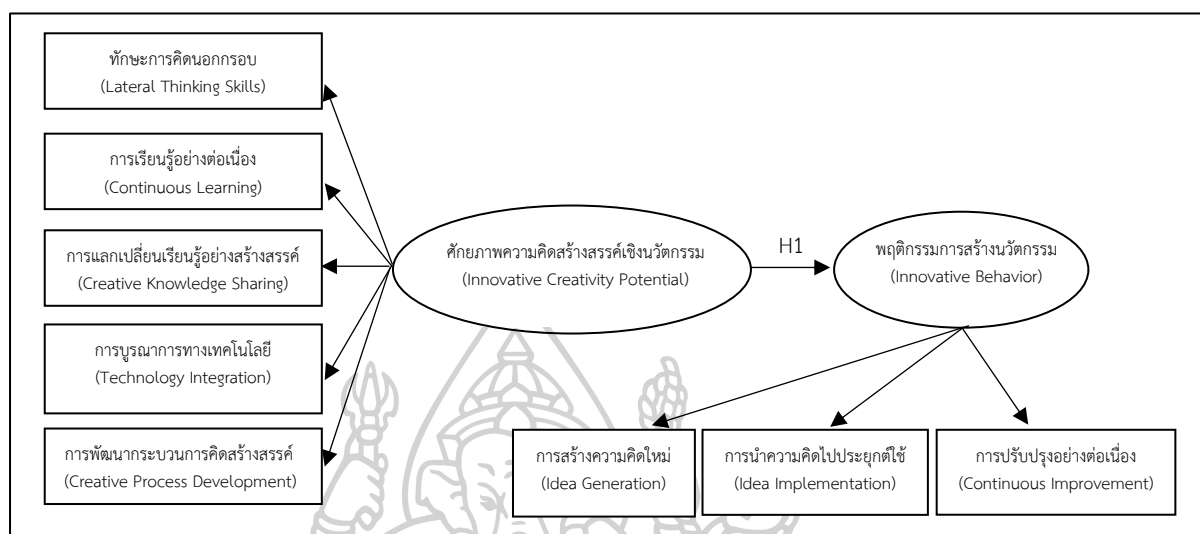
ขั้นตอนที่ 8 การมุ่งเน้นใหม่ (Re-focus) เป็นเรื่องของการเปลี่ยนแนวคิดหนึ่งหรือสองข้อ สำหรับการปรับปรุงเพิ่มเติมที่พัฒนาในขั้นตอนที่ 7 ไปสู่เป้าหมายการปรับปรุงอย่างเฉพาะเจาะจง ดังที่ทำได้ในขั้นตอนที่ 1

ทั้งนี้ การปรับปรุงเพื่อพัฒนาความสามารถของบุคลากร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการปรับปรุง กระบวนการและระบบอย่างต่อเนื่อง ย่อมเป็นประเด็นสำคัญที่จะต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับ นโยบายและกลยุทธ์ขององค์กร การปรับปรุงทรัพยากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์ที่เป็น ทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร องค์กรควรพิจารณาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ การทำงานอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ ยังพบการศึกษาของ Yang, Lee & Cheng (2016) พบว่าบุคลากรบริการส่วน หน้า (frontline employee) มีความสามารถในการดำเนินการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ควรจะมีทักษะ ในการแสวงหาและประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ๆ ของดำเนินกิจกรรมการดำเนินงาน ผลการวิจัยยืนยันว่า ความสามารถของบุคลากรแนวหน้าในกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องนั้นมีความเกี่ยวข้องเพื่อ พัฒนาประสิทธิภาพเชิงสร้างสรรค์ในตัวของบุคลากร

จากการทบทวนวรรณกรรม พบงานวิจัยที่อธิบายความสัมพันธ์เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เช่น Elidemir (2020) ศึกษาพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของ บุคลากร (IB) และความคิดสร้างสรรค์ในฐานะตัวแปรกลางและผลกระทบของการปฏิบัติงานที่มี ประสิทธิภาพสูง (HPWPs) ต่อความยั่งยืนของความสามารถในการแข่งขัน (CA) พบว่าการปฏิบัติงาน ที่มีประสิทธิภาพสูงส่งผลทางอ้อมต่อความยั่งยืนของความสามารถในการแข่งขัน โดยผ่านพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมของบุคลากร นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวแปรแทรกแซงระหว่างการ ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพสูง ที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในเชิงบวกและความได้เปรียบ ทางการแข่งขันในเชิงลบ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคลากรสามารถสร้างผลตอบแทนจำนวน มากให้กับองค์กรที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Slåtten (2020) ที่ศึกษา ความเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมและการสนับสนุนความเป็นอิสระของผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรและทุนทางจิตวิทยาของบุคลากร พบว่าการสนับสนุนความเป็นอิสระ ของผู้นำและทุนทางจิตวิทยาของบุคลากร ส่งผลกระทบบที่มีอิทธิพลหลายแง่มุมต่อพฤติกรรมสร้าง นวัตกรรมของบุคลากรโดยผ่านความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ทั้งนี้ผู้นำทุกวันนี้มีลักษณะเป็น ผู้สนับสนุนบุคลากรมากกว่าหัวหน้างาน ดังนั้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนและสร้างแรงจูงใจ ในการทำงานส่งผลให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึง มุ่งศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม โดยอาศัย ความเชื่อมโยงจากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาเป็นสมมติฐานการวิจัยเพื่อ ทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม



ภาพที่ 4 อิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

อิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Innovation Performance)

ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม หมายถึง ผลงานที่มีคุณค่าหรือพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่จากการสร้างสรรค์ การดำเนินการ และใช้ประโยชน์จากความคิด ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์ออกมาเป็นผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ หรือปรับปรุงคุณภาพหรือต่อยอดจากองค์ความรู้เดิมให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น เป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน (Rosling and Zacher 2017; Baer, 2012; Alghamdi, 2018)

นวัตกรรมทุกประเภทเริ่มจาก การสร้างความคิด ที่แปลกใหม่และมีประโยชน์ ขั้นตอนที่สองคือการพัฒนาความคิด ซึ่งเป็นการสร้างพันธมิตรจากผู้สนับสนุนและขอความเห็นชอบจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้ความคิดนั้นเป็นที่ยอมรับและได้รับสนับสนุนความคิดให้เป็นรูปธรรม และสุดท้ายคือการทำให้ความคิดเป็นจริง โดยการแปลงความคิดเหล่านี้ให้เป็นรูปธรรมที่มีประโยชน์ภายในบทบาทของงานหรือกลุ่มงานหรือภายในองค์กรทั้งหมด (Rosling & Zacher, 2017; Baer, 2012)

ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร เกิดจากกระบวนการที่มีหลายขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ หรือการพัฒนาในขั้นตอนต่าง ๆ และเกิดจากพฤติกรรมที่แตกต่างกันของบุคลากร ทั้งนี้ผลลัพธ์ของนวัตกรรม เกิดจากการมีส่วนร่วมของบุคลากร และความพยายามร่วมกัน

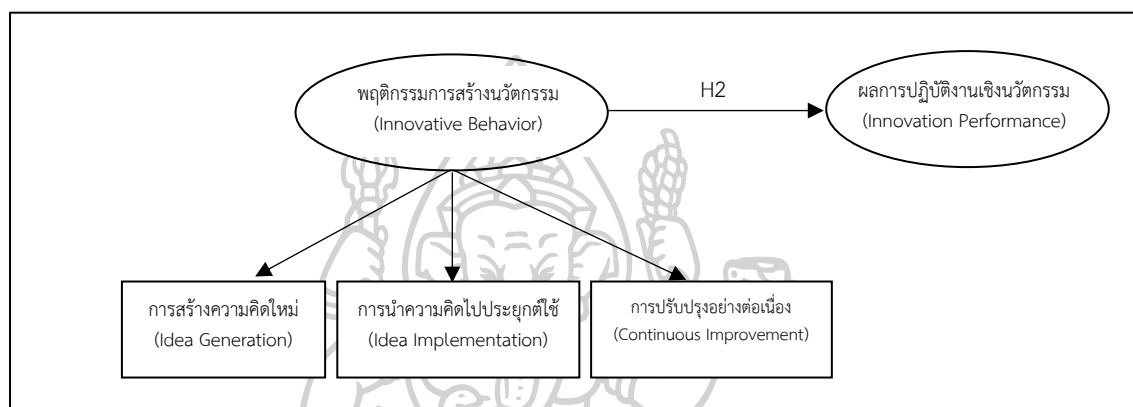
โดยใช้ความรู้ความสามารถตามบทบาทหน้าที่ในการทำงาน รวมทั้งการทำงานเป็นทีม (Abbas and Raja, 2015; Janssen, 2000) ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม จึงเป็นผลลัพธ์จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน ปรับปรุงกระบวนการหรือปรับปรุงคุณภาพของผลงานให้ดียิ่งขึ้น (Alghamdi, 2018)

ทั้งนี้ ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในมุมมองของสถาบันการศึกษา เป็นผลลัพธ์ที่แสดงให้เห็นความก้าวหน้าทางวิชาการและเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ที่สอดคล้องกับเป้าหมายและบทบาทความรับผิดชอบของบุคลากร ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ การประเมินผลงานแบ่งได้เป็น 2 มุมมองตามแนวทางจิตวิทยา ได้แก่ การมุ่งเน้นผลลัพธ์ และการมุ่งเน้นพฤติกรรม โดยการมุ่งเน้นผลลัพธ์ตามแนวคิดของ Bernardin and Beatty กล่าวว่าเป็นการรับรู้ผลการปฏิบัติงานที่ได้บันทึกไว้ตามหน้าที่งานหรือกิจกรรมภายในเวลาที่กำหนด ส่วนการมุ่งเน้นพฤติกรรมตามแนวคิดของ Murphy and Cleveland กล่าวว่าเป็นการรับรู้ผลการปฏิบัติงานจากพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคลและเป้าหมายขององค์กร (Liu and Zhao, 2013) ในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในลักษณะผลงานเชิงวิชาการ เช่น ผลงานวิชาการและงานสร้างสรรค์ การบริการวิชาการ รวมทั้งนวัตกรรมทางการเรียนการสอน ที่เป็นสิ่งใหม่ มีประโยชน์ และมีคุณค่า รวมถึงผลงานหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการที่ใช้ในการสนับสนุนการสร้างผลลัพธ์เชิงนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรม พบงานวิจัยที่อธิบายความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่าพื้นฐานของนวัตกรรมในองค์กร คือ ความคิดของบุคคลในการนำเสนอ ปรับเปลี่ยน และนำแนวคิดไปปฏิบัติ ดังนั้นองค์กรจึงต้องพึ่งพาบุคลากรในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เนื่องจากบุคลากรเป็นแหล่งที่มาที่สำคัญของแนวคิดใหม่ ๆ และเป็นรากฐาน สำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กร เช่นเดียวกับการศึกษาของ Gumusluoglu and Ilsev (2009) ระบุว่านวัตกรรมของบุคลากรมีส่วนช่วยในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กร เนื่องจากแต่ละบุคคลเป็นแหล่งที่มาของแนวคิดใหม่ ๆ ดังนั้นการนำเสนอและการประยุกต์ใช้แนวคิดในระดับบุคลากรจึงมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์/บริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ในระดับองค์กร กล่าวอีกนัยหนึ่งคือเมื่อสมาชิกขององค์กรแสวงหาเทคโนโลยี กระบวนการ เทคนิคและ/หรือแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และพัฒนาแผนและกำหนดการนำแนวคิดใหม่ ๆ ไปใช้ องค์กรก็จะมีผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ เกิดขึ้น และพบการศึกษาเชิงประจักษ์ที่แสดงถึงความเชื่อมโยงในเชิงบวกระหว่างพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมของบุคลากรและผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กร เช่น Middelkoop (2016) พบว่าพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากร Nayir (2014) พบว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ และพบว่าบุคลากรที่มีพฤติกรรมสร้าง

นวัตกรรมในระดับที่สูงขึ้น องค์กรจำเป็นต้องเพิ่มความตระหนักในความสำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่ของบุคลากรในกิจกรรมการทำงานให้มากขึ้น (Berisha et al., 2020) ดังนั้น จากความเชื่อมโยงของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลและผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมข้างต้น จึงนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม



ภาพที่ 5 อิทธิพลของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

อิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลสะท้อนถึงแนวคิดที่ว่าความคิดสร้างสรรค์มีความแตกต่างกันตามแต่ละบุคคลและกระจายอยู่ภายในองค์กร ความคิดสร้างสรรค์มีความยืดหยุ่นและเป็นพลวัต ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล จึงเป็นทรัพยากรของบุคคลหรือความสามารถในการสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ ถูกกำหนดให้เป็น การผลิตแนวคิดที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นการแก้ปัญหาของบุคลากรแต่ละคน ความคิดสร้างสรรค์จึงหมายถึงกระบวนการสร้างความคิดหรือการแก้ปัญหา และเป็นความคิดหรือแนวทางแก้ไขปัญหาที่แท้จริง (Amabile, 2005; Mutonyi, Slåtten & Lien 2020)

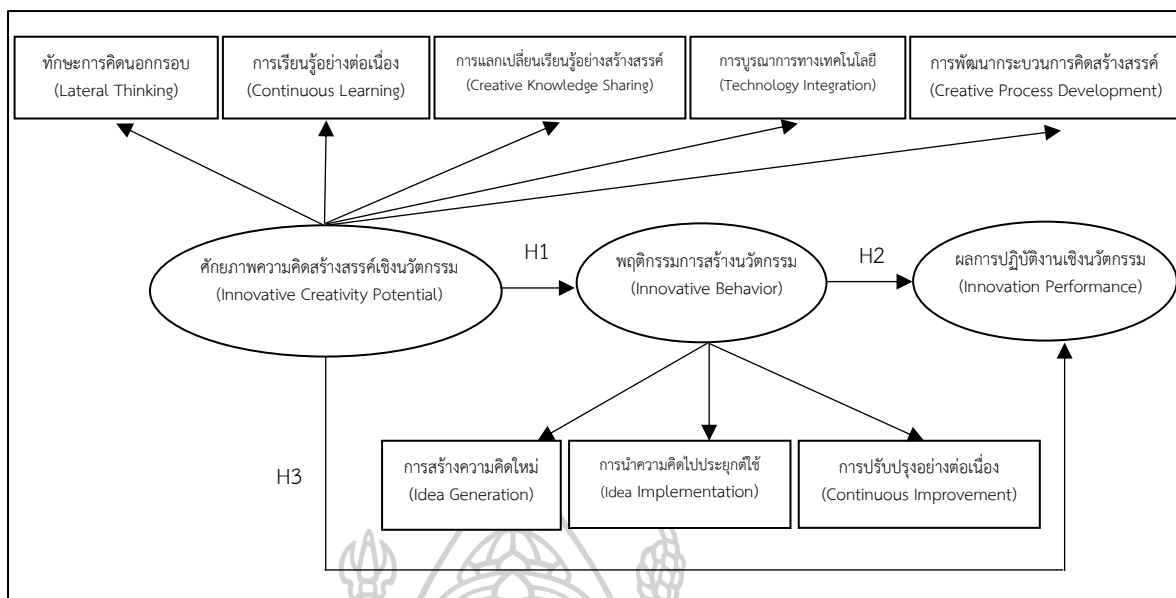
ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมเป็นการสร้างและนำแนวคิดที่เป็นนวัตกรรมและมีความหมายไปปฏิบัติโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยผสมผสานการเสนอความคิดสร้างสรรค์ ค้นหาวิธีแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์ผลงาน ทั้งนี้เพื่อปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน บุคคลหรือองค์กรจำเป็นต้องละทิ้งวิธีการทำงานแบบเดิมและพัฒนาวิธีการและผลลัพธ์อย่างสร้างสรรค์ (Kris & Shalini, 2020; Zhou, 2003)

ผลการปฏิบัติงานบ่งชี้ว่าบุคลากรมีทักษะที่เกี่ยวข้องในงานและสามารถทำงานได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ (Amabile & Pratt, 2016) ทั้งนี้บุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับสูงมักจะแสวงหาเทคนิคและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานมากขึ้น และการได้รับการสนับสนุนจากองค์กร ส่งผลให้มีการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานมากขึ้น ซึ่งทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานเป็นองค์ประกอบสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ตามแบบจำลององค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ผลการปฏิบัติงานในระดับสูงทำให้บุคลากรมีความพึงพอใจในงานที่ดีซึ่งทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกที่ดีและทุ่มเทให้กับงานสร้างสรรค์มากขึ้น (Miao, Fayzullaev & Dedahanov, 2020)

นอกจากนี้ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการผลิตและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Chuang, Chiang & Lin, 2020; Hora et al., 2021) และสามารถสร้างความได้เปรียบสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร (Shin, 2015) ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยของ Sunarsih (2019) ที่ศึกษาความคิดสร้างสรรค์และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งพบว่าความคิดสร้างสรรค์ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alisyahbana et al., (2015) และ Sukumaran and Sivelingam (2012) ซึ่งสรุปว่าความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรมีผลอย่างมากต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากร เช่นเดียวกับ Zheng et al. (2022) ศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร

จากการทบทวนและสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยจึงพัฒนาสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม



ภาพที่ 6 อิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุ (Antecedents) ที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย 2 ตัวแปรได้แก่ บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate) และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (Constructive Organizational Culture) ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาซึ่งนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยชุดของความสัมพันธ์ดังนี้

อิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate)

บรรยากาศองค์กร หมายถึง องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในองค์กร ซึ่งอาจเป็นปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางสังคม-จิตวิทยา หรือการบริหารจัดการ ที่ส่งเสริมการสร้าง การยอมรับ และตระหนักรู้ของความคิดใหม่ สนับสนุนพัฒนาแนวความคิดใหม่ ซึ่งบุคคลที่ทำงานในสภาพแวดล้อมนั้นสามารถรับรู้ได้ทั้งโดยตรงและทางอ้อม และมีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนของการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรม และประสิทธิผลของงาน (Dubina, 2013; Ibrahim, Mohamad & Shah, 2018)

บรรยากาศองค์กรเป็นเครื่องมือที่ช่วยกำหนดรูปแบบความคาดหวังของสมาชิกขององค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและผลที่อาจเกิดขึ้นจากพฤติกรรมของสมาชิก ดังนั้นองค์กรที่มีความสามารถใน

การเปลี่ยนแปลงและสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ และมีทรัพยากรเพียงพอ เช่น เวลา บุคลากร และการช่วยเหลือขององค์กร จึงเป็นลักษณะของบรรยากาศองค์กรที่ช่วยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและนวัตกรรมขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมแบบเปิดขององค์กร ซึ่งคือสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงและเปิดรับวิธีการใหม่ ๆ อยู่เสมอ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศองค์กรแบบพลวัต ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสมาชิกภายในองค์กรสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านความคิดสร้างสรรค์ได้ บรรยากาศองค์กรจึงควรเป็นรูปแบบที่สมาชิกภายในองค์กรรู้สึกว่าคุณค่าและสนับสนุนความคิดใหม่ ๆ ของสมาชิก (Rice, 2006; Ahmadi & Emamipour, 2013)

การปรับปรุงบรรยากาศองค์กรสำหรับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ที่สามารถส่งเสริมให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มผลลัพธ์ และความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น การเพิ่มประสิทธิภาพของสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้การสร้างสรรค์เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยการลงทุนที่จำกัดถือได้ว่าเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ สภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น โครงสร้างการจัดการ รูปแบบความเป็นผู้นำ สภาพสถานที่ทำงาน และทรัพยากรที่มีอยู่ (Dubina, 2013)

เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากศักยภาพในการสร้างสรรค์ของบุคลากร จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจการขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ทั้งนี้ ตามทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential Theory of creativity) ยังอธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ แนวทางการจัดการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ความอิสระ ความท้าทาย การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา และการสนับสนุนจากกลุ่มงาน แรงจูงใจขององค์กร เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนจากองค์กร และการปราศจากอุปสรรคขององค์กร และทรัพยากรขององค์กร เกี่ยวข้องกับทรัพยากรที่เพียงพอ และแรงกดดันในการทำงาน

นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลและบริบททางสังคม ซึ่งปัจจัยบริบททางสังคมที่มีความเกี่ยวข้องมากที่สุดของความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรคือ บรรยากาศองค์กร ซึ่งบรรยากาศองค์กรเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ทัศนคติ และความรู้สึกที่บุคลากรแต่ละคนพบในที่ทำงาน (Rego et al. 2012) และจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร เช่น Mutonyi (2020) พบว่าบรรยากาศองค์กรมีส่วนสำคัญต่อประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์ของบุคลากร แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงในเชิงบวกอย่างนัยสำคัญต่อบรรยากาศองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และการศึกษาพบว่าบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร โดยผ่านความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และ Moghimi (2013) ทำการศึกษาองค์ประกอบของบรรยากาศองค์กรและตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรและ

พฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากร และพิจารณาองค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กรที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากรได้ดีที่สุด ซึ่งพบว่าบรรยากาศขององค์กรมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรตามผลลัพธ์ในมิติที่แตกต่างกันของบรรยากาศองค์กรทั้งนี้ ทรัพยากรเป็นตัวทำนายพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากรได้ดีที่สุด ซึ่งตามมาด้วยความชัดเจนของภารกิจและการสนับสนุนของผู้นำ

ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาองค์ประกอบของบรรยากาศองค์กร โดยบูรณาการทฤษฎีองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบภายในตัวบุคคล และองค์ประกอบภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลมีแรงจูงใจภายใน มีความเชี่ยวชาญ และมีทักษะทางการคิดสร้างสรรค์ในการทำงานสูง ในสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ องค์ประกอบภายนอกของความคิดสร้างสรรค์หรือสภาพแวดล้อมทางสังคมในงานของบุคคลนั้นจึงเป็นแรงจูงใจภายนอกที่บุคคลรับรู้และมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจภายในของบุคคลและปัจจัยแวดล้อมที่สามารถใช้เป็นอุปสรรคหรือสิ่งเร้าต่อแรงจูงใจภายในและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล บรรยากาศองค์กรจึงเป็นปัจจัยภายนอกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร จึงได้องค์ประกอบของบรรยากาศองค์กร ประกอบด้วย สิ่งจูงใจขององค์กร (Organizational Incentives) งานที่มีความท้าทาย (Challenging work) ความพร้อมของทรัพยากร (Resource readiness) อิสระในงาน (Work autonomy) การส่งเสริมของหัวหน้างาน (Supervisory encouragement) และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งจูงใจขององค์กร (Organizational Incentives) หมายถึง การรับรู้สิ่งสนับสนุนจากองค์กรทั้งที่เป็นรูปธรรมและการสนับสนุนทางด้านจิตใจที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ส่งเสริมการพัฒนาทักษะความสามารถ และการให้ผลตอบแทนอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถ มีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ สร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Palmer, 2012; Barros & Lazzarini, 2012; Alfandi & Alkawsawneh, 2014; Liu & Liu, 2022)

สิ่งจูงใจเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมแรงจูงใจเชิงบวกของบุคคลนำไปสู่ความพยายามในการทำงานที่หนักมากขึ้นและสามารถผลิตผลงานได้มากขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อบุคคลรับรู้และรู้สึกพึงพอใจต่อสิ่งจูงใจขององค์กร สิ่งจูงใจจึงถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งเสริมให้บุคคลมีความพยายามอย่างมากและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุผลเป้าหมาย นอกจากนี้ การขาดสิ่งจูงใจที่เหมาะสมอาจส่งผลเสียต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ทำงานหนัก ทำให้ผลลัพธ์ในการทำงานลดประสิทธิภาพลง ซึ่งเป็นการลดโอกาสในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Palmer, 2012; Alfandi & Alkawsawneh, 2014)

สิ่งจูงใจอาจแบ่งได้เป็นสิ่งจูงใจที่เป็นรูปธรรม (concrete incentives) และสิ่งจูงใจทางศีลธรรม (moral incentives) สิ่งจูงใจที่เป็นรูปธรรม หมายถึง สิ่งตอบแทนใดที่มอบให้แก่พนักงานในรูปแบบของตัวเงินหรือการให้โบนัสแก่พนักงาน หรือเป็นค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงินที่นายจ้างจัดทำให้แก่พนักงาน ในขณะที่สิ่งจูงใจทางศีลธรรม หมายถึง การตอบแทนทางอ้อม เช่น การยอมรับ หรือการยกย่อง (Liu and Liu, 2021) ทั้งนี้มีการศึกษาพบว่า แรงจูงใจทางการเงินและการยอมรับทำให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Lourenco, 2016) นอกจากนี้ยังมีการแบ่งสิ่งจูงใจว่าเป็นแรงจูงใจในการแข่งขัน (tournament incentives) และการยอมรับ (recognition) ซึ่งสิ่งจูงใจในการแข่งขันเป็นสิ่งจูงใจจะได้รับในรูปของเงิน ในขณะที่การยอมรับเป็นรางวัลที่ไม่เป็นตัวเงิน (Ilyana & Sholihin, 2021) แรงจูงใจทางการเงินสามารถเพิ่มแรงจูงใจของบุคคลในการปรับปรุงงานที่สร้างสรรค์ และการยอมรับทำให้เกิดแรงจูงใจในการบรรลุเป้าหมาย (Mehta, Dahl & Zu, 2017) นอกจากนี้การยอมรับยังเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่หลากหลาย ทั้งนี้การยอมรับเป็นการยกย่องบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดี ทำให้ได้รับการยอมรับนับถือในการเปรียบเทียบกับสังคม ดังนั้นการยอมรับสามารถจูงใจให้บุคลากรคนอื่นมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในระดับเดียวกัน (Huo, 2015)

นอกจากนี้ ผลตอบแทนขององค์กร ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจทั้งภายในและภายนอก ยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และผลตอบแทนขององค์กรมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสามารถของบุคลากรในการบรรลุผลการปฏิบัติงานในระดับสูง (Ozutku, 2012) และผลตอบแทนขององค์กร ส่งผลต่อแรงจูงใจภายในของบุคคล และช่วยเพิ่มความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Al-Mahdawi, 2016) นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยของ Ederer and Manso (2013) ที่พบว่าระบบการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพในการสร้างแรงจูงใจ เช่นเดียวกับ Ramos, Figueiredo and Pereira-Guizzo (2018) ที่พบว่า สิ่งจูงใจขององค์กรเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่สร้างสรรค์ ดังนั้นการรับรู้ของบุคลากรถึงสิ่งสนับสนุน หรือสิ่งจูงใจจากองค์กร หรือผลตอบแทนอย่างเหมาะสมทั้งที่เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงิน จะส่งผลต่อจิตใจ ความพึงพอใจ และเป็นแรงจูงใจในเชิงบวกของบุคลากร ซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้บุคลากรเพิ่มความพยายามในการสร้างสรรค์ผลงาน และปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) งานที่มีความท้าทาย (Challenging work) หมายถึง การรับรู้เป้าหมายของงานและลักษณะงานที่มีความน่าสนใจและท้าทาย มีลักษณะเฉพาะ ที่ต้องใช้ความสามารถและทักษะที่หลากหลายในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ และสามารถใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ สนับสนุนให้บุคลากรรู้สึกว่าเป็นเป้าหมายและงานที่ตนรับผิดชอบมีความสำคัญสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายระยะยาวขององค์กร เป็นการส่งเสริมแรงจูงใจภายในของสมาชิกในองค์กร

และนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกและสร้างสรรค์มากขึ้น (Amabile and Kramer, 2007; Haas, 2006; Zhou et al., 2012; ElMelegy et al., 2016)

งานที่ทำทายเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสร้างสรรค์และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้นและพฤติกรรมสร้างสรรค์ ความท้าทายได้รับการอธิบายว่าเป็นระดับที่สมาชิกขององค์กรมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและเป้าหมายระยะยาวขององค์กร งานที่มีความท้าทายสูง ทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในการทำงาน รู้สึกมีความสุข มีความหมาย และมีพลังในการทำงาน (Tri, Nga & Sipko, 2019) ทั้งนี้งานที่มีความท้าทายเป็นการตอบสนองความต้องการของบุคลากร ทำให้บุคลากรทำงานหนักขึ้นเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ บุคลากรที่รับรู้ถึงงานที่มีความท้าทาย บุคลากรจะตอบสนองด้วยการใช้แนวทางใหม่ๆ และตอบสนองต่อความซับซ้อนของงาน หรือกล่าวได้ว่าบุคลากรจะใช้ความพยายามในการทำงานมากขึ้น (Holmes & Srivastava, 2002; Carmeli, Cohen-Meitar & Elizur, 2007)

งานที่มีความท้าทาย ต้องการบุคลากรที่มีความสร้างสรรค์ ใช้ทักษะที่หลากหลาย ทุ่มเทความพยายาม และเสนอความคิดริเริ่มเพื่อตอบสนองความต้องการในการพัฒนาและเติบโตในงาน องค์กรจึงควรมอบหมายงานที่มีความท้าทายให้แก่บุคลากร เพื่อให้บุคลากรสามารถเติบโตได้อย่างเต็มที่ และให้โอกาสบุคลากรในการแสดงความสามารถของตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ งานที่ทำทายเป็นสิ่งที่ท้าทายทางจิตใจ และบุคลากรได้รับการคาดหวังให้ค้นพบกลยุทธ์ใหม่ๆ ในการปฏิบัติงาน การรับรู้ถึงความท้าทายสามารถช่วยให้บุคลากรทุ่มเทความพยายามในการทำงานมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกี่ยวข้องกับงาน และจะส่งผลให้มีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น (Cohen-Meitar, Carmeli & Waldma, 2009; Vila-Vázquez, Castro-Casal & Álvarez-Pérez, 2020)

ทั้งนี้ ความท้าทายเป็นแรงจูงใจที่เชื่อมโยงกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทำให้เกิดจากความอยากรู้ อยากเห็น ความสุข หรือความท้าทาย หัวหน้างานจึงจำเป็นต้องจัดการกับงาน และมองหาทางเลือกอื่นเพื่อสร้างงานที่ท้าทายซึ่งไม่ขัดขวางต่อการทำงานของบุคลากร ซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน เมื่อบุคลากรรู้สึกท้าทาย จะรับรู้ถึงความสำคัญ และเข้าใจวัตถุประสงค์ของงานที่ได้รับมอบหมาย และต้องการมีส่วนร่วมช่วยให้เป้าหมายขององค์กร (Ramos, Figueiredo and Pereira-Guizzo, 2018)

3) ความพร้อมของทรัพยากร (Resource readiness) หมายถึง การรับรู้การสนับสนุน และจัดสรรวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีคุณภาพและมีปริมาณที่เหมาะสมแก่บุคลากร และเพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่งานให้สำเร็จตามเป้าหมาย รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความพร้อมด้านข้อมูล การจัดสรรเงินทุน วัสดุ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร (Gong et al., 2012; ElMelegy et al., 2016; Ramos, Figueiredo and Pereira-Guizzo, 2018)

ทรัพยากรเป็นทุกอย่างที่องค์กรสนับสนุนให้กับบุคลากรอย่างเพียงพอ และบุคลากรสามารถรับรู้และเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเวลา เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งข้อมูลสารสนเทศ (Ramos, Figueiredo and Pereira-Guzzo, 2018) ทั้งนี้การรับรู้การสนับสนุนทรัพยากรที่มีความพร้อมเป็นสิ่งส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานได้ ซึ่งทรัพยากรที่มีอยู่มากมายมีความจำเป็นต่อการสร้างสรรค์ นอกจากนี้ความสมดุลของความเพียงพอของทรัพยากรและความต้องการสภาพแวดล้อมในการทำงาน ยังเป็นการสนับสนุนผลการปฏิบัติงานและความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร (Bjornberg, 2017) ทรัพยากรที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้สามารถตอบสนองต่อความไม่แน่นอนและทำให้เกิดความสนใจในการจัดการอย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะทุน เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยให้บุคลากรรับรู้และเกิดความคิดสร้างสรรค์ และทำให้องค์กรได้รับความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างที่ยั่งยืน (Sonenshein, 2014)

ความสามารถในการสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้กับบุคลากรในด้านทรัพยากรเป็นองค์ประกอบสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขัน (Stehel et al., 2021) ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นนวัตกรรม ต้องการบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเกิดจากแรงจูงใจ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์และเพื่อสร้างความคิดสร้างสรรค์ (Hitka et al., 2018; Jovčić et al., 2019) หากขาดแรงจูงใจ อาจทำให้บุคลากรที่มีความสามารถหลีกเลี่ยงโอกาสในการทำงาน ขาดความพยายามในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน และเป็นการใช้ความสามารถของบุคลากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ (Bartakova et al., 2017; Hitka et al., 2021; Gottwald et al., 2015) ถือเป็นความเสี่ยงที่นำไปสู่การขาดความคิดสร้างสรรค์ ส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง ความได้เปรียบในการแข่งขัน และลดความพึงพอใจของลูกค้า (Milenković et al., 2015; Dobrodolac et al., 2016; Khalil et al., 2017; Balková, 2021) นอกจากนี้ยังพบว่าผลกระทบด้านลบของข้อจำกัดด้านทรัพยากรต่อแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในความคิดสร้างสรรค์และผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม (Acar, Tarakci & Knippenberg, 2019)

ทั้งนี้ พบการศึกษาของ Weiss et al. (2017) ยืนยันความสำคัญของทรัพยากร (เช่น การเงินและวัสดุอุปกรณ์) สำหรับการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่นเดียวกับ ทรัพยากรด้านเวลา ว่าการจำกัดเวลา (เช่น กำหนดเวลาหรือแรงกดดันด้านเวลา) เป็นการลดแรงจูงใจภายใน ทำให้เกิดแรงกดดัน และส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ (Hennessey & Amabile, 2010) ทั้งนี้ ทรัพยากรต่างๆ มีความสำคัญ ไม่ใช่เพื่อการสนับสนุนการทำงานเท่านั้น แต่หากองค์กรให้การสนับสนุนความพร้อมทางด้านทรัพยากรอย่างเพียงพอ ส่งผลให้บุคลากรรับรู้คุณค่าของงานและเห็นความสำคัญของการสนับสนุนต่างๆ ขององค์กรที่ส่งผลต่อความทุ่มเทความรู้ความสามารถ และใช้ศักยภาพคิดสร้างสรรค์ในการทำงานให้สำเร็จ นอกจากนี้การรับรู้ของบุคลากรว่าได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรต่างๆ

อย่างเพียงพอจากองค์กรมีผลต่อการมองเห็นคุณค่า (ภายใน) ของงานที่ตนรับผิดชอบ และแรงจูงใจในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

4) อิสระในงาน (Work autonomy) หมายถึง การรับรู้การเปิดโอกาสให้บุคลากรใช้ทักษะความสามารถในการทำงานและตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง อันเกิดจากการได้รับอำนาจ (empower) ความสามารถในการตัดสินใจ และความสามารถควบคุมการทำงานของตนได้ด้วยตนเอง โดยไม่ถูกครอบงำหรือยึดติดกับกรอบที่เป็นข้อจำกัดทางความคิด เป็นการสร้างความมั่นใจและการตระหนักถึงความสามารถของตนเอง ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ (Loewenberger, 2009; Tierney & Farmer, 2011)

มีปัจจัยหลายประการในองค์กรที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่สร้างสรรค์ของบุคลากร ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งคือ อิสระในการทำงานของบุคลากรซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ อิสระในการทำงานถูกกำหนดว่าเป็นอิสระที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการทำงานและการตัดสินใจ กลยุทธ์การตัดสินใจและการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานของบุคลากรส่งผลโดยตรงต่อผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ของบุคลากร หรืออิสระในการทำงานอาจถูกกำหนดว่าเป็นระดับที่บุคคลได้รับอิสรภาพและดุลยพินิจในการดำเนินงาน ทั้งนี้ อิสระในงานไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์ของบุคลากรเท่านั้น แต่ยังช่วยให้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย นอกจากนี้ควมมีอิสระในการทำงานยังมีส่วนทำให้เกิดความพึงใจในงานของบุคลากรโดยตรง (Sia & Appu, 2015)

อิสระในงานยังถูกมองว่าเป็นปัจจัยเชิงบวกที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรซึ่งขึ้นอยู่กับผลของการมอบอำนาจ การให้ความรับผิดชอบและความรู้สึกเป็นเจ้าของเพิ่มขึ้น ในกิจกรรมการทำงาน (Wang, 2016) ทั้งนี้ อิสระในงาน ช่วยให้บุคลากรมีความยืดหยุ่นและโอกาสในการปรับตัวซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนวัตกรรม และเป็นการสร้างความรับผิดชอบซึ่งเป็นการเพิ่มแรงจูงใจ และส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของงาน (Bjornberg, 2017) นอกจากนี้ ตามทฤษฎีของฟอร์ดกล่าวว่า ในการกระทำเชิงสร้างสรรค์ของบุคคล ความเป็นอิสระของบุคลากรมีความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Hammond et al. (2011) ที่พบว่าอิสระในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และยังพบการศึกษาของ Li, Li & Chen (2018) ที่พบว่าอิสระในงานส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ผ่านแรงจูงใจภายในและความยืดหยุ่นทางปัญญา ดังนั้นการที่บุคคลรับรู้ถึงการมีอิสระในงาน จะทำให้บุคลากรสามารถพัฒนาทักษะในการทำงานได้อย่างอิสระ มีความสามารถในการตัดสินใจ ส่งเสริมการแก้ไขปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ และทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผลลัพธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

5) การส่งเสริมของหัวหน้างาน (Supervisory encouragement) หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนทางอารมณ์และเครื่องมือแก่บุคลากร การพัฒนาความสัมพันธ์ในการกำกับดูแล ให้ความไว้วางใจ ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายและเห็นคุณค่าของบุคลากร การให้ความช่วยเหลือ และให้ความสำคัญกับการเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร การรับรู้การส่งเสริมจากหัวหน้างาน ทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากร (Rhoades & Eisenberger, 2002; Mohamed, 2016; Orgambidez-Ramos, 2017)

การส่งเสริมของหัวหน้างานที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ เป็นการเน้นย้ำของหัวหน้างานในการสร้างสรรค์และมีส่วนร่วมในกระบวนการที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ ซึ่งมาจากทฤษฎีการเสริมอำนาจและถูกมองว่าเป็นหนึ่งในความสามารถความเป็นหัวหน้างานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรม (Donate & Pablo, 2015; Rosing, Frese & Bausch, 2011) พฤติกรรมของหัวหน้างาน เช่น การให้กำลังใจ การให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน ซึ่งการรับรู้การส่งเสริมจากหัวหน้างาน ทำให้เกิดแรงจูงใจ และทำให้บุคลากรได้เรียนรู้ พัฒนา และปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน (Zhou, 2003; Caniels, Semeijn & Renders, 2018)

นอกจากนี้ หากหัวหน้างานให้การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา บุคลากรที่มีทุนทางจิตวิทยา (Psychological capital) ในระดับสูง ที่ชอบการเติบโต ท้าทาย และประสบความสำเร็จ อาจมองว่าความพยายามในการสร้างสรรค์นั้นมีคุณค่าและคู่ควร ดังนั้นบุคลากรจะรู้สึกมั่นใจและให้ความทุ่มเทให้กับความคิดสร้างสรรค์ และกลัวความเสี่ยงน้อยลง ทั้งนี้ เมื่อมีการมอบหมายงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชา จึงมีแนวโน้มที่จะทำให้บุคลากรรู้สึกถึงการกำหนดตนเอง (self-determination) มากขึ้น เพื่อทำงานที่มีความหมายให้สำเร็จโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการที่ใช้ทักษะความสามารถ ในทางตรงกันข้าม เมื่อคนที่มีทุนทางจิตวิทยาสูง ในขณะที่ การส่งเสริมจากหัวหน้างานต่ำ (เช่น ผู้บังคับบัญชาที่ไม่สนับสนุน) และงานที่ไม่ท้าทาย (เช่น ไม่มีนัยสำคัญ ใช้ทักษะน้อยลง) และมีอำนาจต่ำ อาจทำให้เกิดความล้มเหลว เนื่องจากกระทบต่อการตอบสนองทางจิตวิทยาต่อความสำเร็จเชิงสร้างสรรค์ (Cai et al., 2019) นอกจากนี้ ยังพบงานวิจัยของ Wang & Su (2018) พบว่าการส่งเสริมสนับสนุนงานจากทั้งผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร

6) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory) หมายถึง การรับรู้ร่วมกันของทีมที่มีต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน พฤติกรรม การปฏิบัติ และกระบวนการที่ได้รับการสนับสนุนภายในทีม มีการกำหนดและแบ่งปันวิสัยทัศน์อย่างชัดเจน การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ให้ความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ผลงาน และเปิดโอกาสให้สมาชิกเสนอความคิดใหม่ ๆ อย่างปลอดภัย สนับสนุนความพยายามในการนำเสนอสิ่งใหม่ และปรับปรุงวิธีการ

ทำงาน เพื่อให้ทีมเกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Mathisen et al., 2004; Basaglia et al., 2010; Puyuelo Coarasa, 2019)

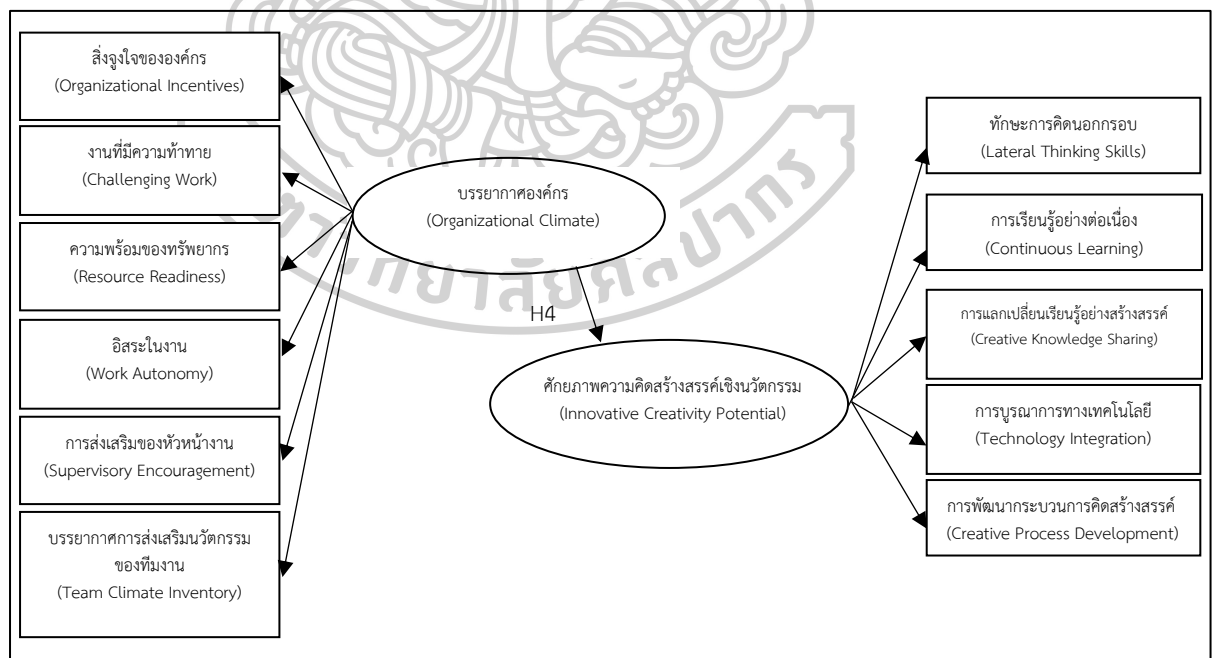
สำหรับองค์ประกอบที่สำคัญของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน Neil Anderson และ Michael West (Anderson and West, 1998) พัฒนาเครื่องมือวัดบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน ที่ได้พัฒนามาจากทฤษฎีปัจจัย 4 ประการของนวัตกรรมที่เกิดจากการทำงานเป็นกลุ่ม (A Four-Factor Theory of Work Group) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อประเมินบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมของทีม ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมีวิสัยทัศน์ (Vision) คือความคิดเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือเป้าหมายที่มีคุณค่า โดยนำเสนอถึงเป้าหมายในระดับที่สูงขึ้นและเป็นแรงจูงใจในการทำงาน นำไปสู่การพัฒนาวิธีการทำงานที่ดีสามารถบรรลุเป้าหมายของกลุ่มงานของตนได้อย่างเต็มที่ ซึ่งทำให้สมาชิกในกลุ่มเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจน 2) ความปลอดภัยในการมีส่วนร่วม (Participative Safety) คือลักษณะของทีมงานที่จูงใจ และสนับสนุนให้บุคคลได้มีส่วนร่วมกับการตัดสินใจซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ถึงความปลอดภัยที่จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน 3) การมุ่งงาน (Task Orientation) คือ การตระหนักร่วมกันถึงความเป็นเลิศของคุณภาพของผลการทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ หรือผลลัพธ์ที่มีร่วมกัน การมุ่งงานได้สะท้อนให้เห็นถึงความผูกพันที่กลุ่มงานมีต่อผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ 4) การสนับสนุนนวัตกรรม (Support for Innovation) คือความคาดหวังการสนับสนุนในเชิงปฏิบัติที่น่าพอใจ ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความพยายามในการนำเสนอความคิดเห็น หรือวิธีการใหม่ ๆ ให้แก่ทีมงาน ซึ่งเป็นลักษณะของการส่งเสริมและสนับสนุนระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่มงาน (Chatzi and Nikolaon, 2007) ทั้งนี้การวัดมีประโยชน์ต่อการประเมินและวินิจฉัยองค์กรแห่งการเรียนรู้ ทำให้ผู้ประเมินทราบระดับของบรรยากาศของทีมซึ่งจะส่งผลการทำงานของทีม หากผลการประเมินอยู่ในระดับสูงมักจะพบว่าผลการทำงานของทีมก็จะอยู่ในระดับสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ยังทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนในด้านบรรยากาศของทีม ผู้บริหารจึงสามารถวางแผนการฝึกอบรมและให้ คำแนะนำสมาชิกในทีมเพื่อให้ปรับปรุงจุดอ่อนในด้านต่างๆ ที่จะส่งผลต่อบรรยากาศของการทำงานได้อีกด้วย (Loewan & Loo, 2004)

การรับรู้ถึงบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงานที่ดี ทำให้ประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการทำงานจะเพิ่มขึ้น บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีม แสดงถึงการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และมีความหมาย การเปิดกว้าง การสนับสนุนและความไว้วางใจในความสัมพันธ์ของทีม ซึ่งทำให้ความพยายามสร้างสรรค์งานในทีมเพิ่มขึ้น (Palm, 2019) ในขณะที่ การไม่ได้รับการสนับสนุน ไม่ได้รับโอกาสหรืออิสระ การถูกกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด ความไม่ไว้วางใจ และวิสัยทัศน์ที่ถูกบังคับ ที่ขัดต่อเจตจำนงของบุคลากร จะส่งผลเสียอย่างรุนแรงต่อระดับความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ทั้งนี้พบงานวิจัยของ Pilar, Pokorná และ Balcarová (2014) พบว่า บรรยากาศของทีมที่สร้างสรรค์และการ

ส่งเสริมของทีมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลลัพธ์ที่เพิ่มขึ้น เกิดความพึงพอใจ และความคิดสร้างสรรค์ และพบว่าความเป็นผู้นำและบรรยากาศของทีมเป็นปัจจัยสำคัญสองประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ความพึงพอใจในงาน ขวัญกำลังใจในการทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมส่วนบุคคล

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่าบรรยากาศองค์กรเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร และมีการกำหนดองค์ประกอบของบรรยากาศองค์กรอย่างหลากหลาย ได้แก่ สิ่งจูงใจขององค์กร (Organizational Incentives) งานที่มีความท้าทาย (Challenging work) ความพร้อมของทรัพยากร (Resource readiness) อิสระในงาน (Work autonomy) การส่งเสริมของหัวหน้างาน (Supervisory encouragement) และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของบรรยากาศองค์กรในลักษณะที่ครอบคลุมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคคล นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม



ภาพที่ 7 อิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม

วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (Constructive Organizational Culture)

วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ หมายถึง วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และให้ความสำคัญกับค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมในการทำงานร่วมกันส่งเสริมให้สมาชิกภายในองค์กรประสบความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ช่วยตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จในการทำงาน สะท้อนให้เห็นถึงบรรทัดฐานทางพฤติกรรมที่สมดุระหว่างคนและงาน ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ (Glisson & James, 2002; Cooke and Szumal, 2013)

วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์เป็นวัฒนธรรมที่พัฒนาบริบทที่เอื้อต่อพฤติกรรมที่มุ่งเน้นความพึงพอใจ ซึ่งทำให้บุคลากรเติบโต มุ่งมั่นในการบรรลุผลสำเร็จ เพื่อเติบโตไปพร้อมกับองค์กร และเพิ่มคุณค่าให้กับตนเองผ่านการพัฒนาตนเองและการประเมินคุณค่าของบุคคล องค์กรแบบสร้างสรรค์คือองค์กรที่กระตุ้นการคิดเชิงแก้ปัญหา และไม่เน้นที่ปัญหาหรือความรู้สึกผิด ส่งเสริมให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นและการคิดนอกกรอบ ให้คุณค่าแก่ผู้อื่นและทีม โดยไม่ต้องกลัวความผิดพลาด ไม่มีการควบคุม การแข่งขันที่รุนแรงและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงไม่ใช่แนวทางปฏิบัติทั่วไปขององค์กรลักษณะนี้ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ดังกล่าวเป็นการพัฒนาตนเองโดยให้คุณค่ากับบุคคลและผลลัพธ์ในระยะยาว โดยมุ่งเน้นที่การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและการปรับปรุงนวัตกรรม ทำให้เกิดความคิดเชิงกลยุทธ์ โดยใช้วิธีการทำงานที่มีโครงสร้าง และสร้างสภาพแวดล้อมที่มีการสื่อสารแบบเปิด การให้ความไว้วางใจ การสนับสนุน และให้ความเคารพซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ทำให้บุคลากรรู้สึกดี มีความสุข และมีแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ รู้สึกมีคุณค่า ได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม และชื่นชม ทำให้บุคลากรรู้สึกว่าความคิดเห็นมีความสำคัญ และเห็นคุณค่าของผลงาน (Philipp, 2021)

วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ เป็นความเชื่อเชิงบรรทัดฐาน และมีลักษณะที่มุ่งเน้นความสำเร็จ (การใฝ่หามาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ) การตระหนักรู้ในตนเอง (การคิดอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีอิสระ) การให้กำลังใจแบบเห็นอกเห็นใจ (ช่วยให้ผู้อื่นเติบโตและพัฒนา) และความผูกพัน (การติดต่อกับผู้อื่นในลักษณะที่เป็นมิตร) และจากการทบทวนวรรณกรรมพบ พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เช่น การศึกษาของ Marinova et al. (2018) พบว่า องค์กรที่มีค่านิยมแบบสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ของบุคลากรผ่านการมอบอำนาจทางจิตใจ ซึ่งองค์กรที่มีค่านิยมแบบสร้างสรรค์เป็นแรงผลักดันและกระตุ้นให้บุคลากรรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งสะท้อนออกมาในลักษณะของความคิดสร้างสรรค์หรือพฤติกรรมที่มีความสร้างสรรค์ และ การศึกษาของ Lut (2020) พบว่า องค์กรต้องผลักดันเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับ ดิจิทัล ทีมงาน งานข้ามสายงาน เสริมสร้างทักษะความสามารถ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และ การค้นหาแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องขับเคลื่อนด้วยบุคลากร Generation Z ทั้งนี้พบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์เป็นสภาพแวดล้อมที่บุคลากร Generation Z ต้องการ

ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ โดยบูรณาการ ทฤษฎีองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ โดยวัฒนธรรมองค์กรเป็นสภาพแวดล้อมภายนอก ตัวบุคคลประการหนึ่งขององค์ประกอบพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งบุคคลที่รับรู้ ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ จะทำให้เกิดแรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อทัศนคติ และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่มุ่งมั่นต่อการปฏิบัติงานและสร้างผลลัพธ์ที่มีความสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์จึงเป็นปัจจัยภายนอกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์เชิง นวัตกรรมของบุคลากร ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Achievement orientation) การตระหนักถึงศักยภาพของ บุคคล (Self-actualization awareness) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participative Management) และการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interpersonal relations) มีรายละเอียดดังนี้

1) การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Achievement orientation) หมายถึง การรับรู้ลักษณะ องค์กรที่มีค่านิยมมุ่งเน้นให้สมาชิกในองค์กรตั้งเป้าหมายและปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย มีหลักการ และการวางแผนที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น มีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการ ทำงาน รู้สึกว่างานมีความหมายและมีความท้าทายอยู่ตลอดเวลา (Cooke and Szumal, 2013; Lut, 2020)

การมุ่งเน้นความสำเร็จเป็นวิธีที่บุคคลตีความและตอบสนองต่องาน ส่งผลให้เกิดรูปแบบการ รับรู้ ผลกระทบ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน การมุ่งเน้นความสำเร็จเกิดจากแรงจูงใจและพฤติกรรมที่ เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ทำให้เกิดการปรับตัว และความเป็นอยู่ที่ดีของบุคคล นอกจากนี้การมุ่งเน้น ความสำเร็จยังเป็นความสามารถด้านความฉลาดทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพยายามบรรลุหรือเกิน มาตรฐานความเป็นเลิศ การรับคำติชม และพยายามปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ความสามารถนี้ยังรวมถึง ความสามารถในการสร้างสมดุลระหว่างแรงขับเคลื่อนส่วนตัวกับความต้องการขององค์กร จึงต้องมีการ จัดการตนเอง การจัดการความสัมพันธ์ และการเข้าใจบริบทของสถานการณ์ (Prashant, 2017)

การมุ่งเน้นความสำเร็จผลักดันให้บุคคลถูกกำหนดให้มีมาตรฐานส่วนบุคคลและความ เชี่ยวชาญที่สูงขึ้น และเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานใหม่หรือสูงกว่า องค์กร ที่มุ่งเน้นความสำเร็จ จะมุ่งเน้นให้บุคคลมีแรงจูงใจในตนเองเพื่อตั้งเป้าหมายและยึดเป้าหมายโดยไม่

ต้องถูกจูงใจจากผู้อื่น มีแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้อย่างดีเพื่อให้บรรลุความสำเร็จ เน้นการเรียนรู้ ทักษะ วิธีการ และความคิดใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ และการแสวงหาข้อมูลใหม่เพื่อลดความไม่แน่นอนในการปฏิบัติงาน (Korbel, 2019)

ทั้งนี้พบการศึกษาที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความสำเร็จและความคิดสร้างสรรค์ เช่น การมุ่งเน้นความสำเร็จเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของความคิดสร้างสรรค์ในระดับบุคคล (Choi et al., 2014) และพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการมุ่งเน้นความสำเร็จแบบมุ่งเน้นการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ในบริบทตะวันตก (Huang & Luthans, 2015) และตะวันออก (Gong et al., 2009; Wang, 2007) และยังพบการศึกษาของ Du (2020) ที่พบว่า การมุ่งเน้นความสำเร็จส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ โดยผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างสร้างสรรค์ โดยการมุ่งเน้นความสำเร็จแบบมุ่งเน้นการเรียนรู้และมุ่งเน้นความสำเร็จของผลการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างสร้างสรรค์ ในขณะที่การมุ่งเน้นความสำเร็จแบบหลีกเลี่ยงผลการปฏิบัติงานส่งผลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์

2) การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (Self-actualization awareness) หมายถึง การรับรู้ลักษณะองค์การที่มุ่งเน้นความต้องการของสมาชิกในองค์กรตามความคาดหวัง ให้ความสำคัญกับคุณภาพงานมากกว่าปริมาณงาน สนับสนุนให้สมาชิกในองค์กรพัฒนาตนเอง รวมทั้งมีความอิสระในการพัฒนางาน และพร้อมรับงานใหม่ ๆ ที่น่าสนใจอยู่เสมอ มีทัศนคติที่เปิดกว้าง มีความเต็มใจในการทำงานและภูมิใจในงานของตน นำไปสู่การมีส่วนร่วมในงาน ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร ช่วยเพิ่มความมุ่งมั่นซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น (วิจารณ์ พาณิช, 2550; Cooke and Szumal, 2013; Solaja, 2015; Lut, 2020; Gopinath, 2020; Ordun and Akun, 2017)

การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล สอดคล้องกับแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ซึ่งได้อธิบายความต้องการที่เรียกว่า ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ประารถนาที่จะเป็นคนที่ดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสียของตน ที่สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัว และพยายามที่จะเลิกใช้ เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ท้าทาย น่าตื่นเต้น และมีความหมาย กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน

ทั้งนี้ นักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นผลลัพธ์ที่แปลกใหม่ และมีประโยชน์ ในขณะที่ Maslow พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาพจิต (psychological health) กับความคิดสร้างสรรค์โดยทั่วไป เพราะ Maslow กำหนดความคิดสร้างสรรค์ในแง่ลักษณะเฉพาะ ว่าเป็นความร่าเริงและการเปิดกว้างต่อประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่เป็นส่วนหนึ่งของการผสมผสานระหว่างกัน (Krueger, 2021) การตระหนักถึงศักยภาพของตนเอง จึงเป็นความปรารถนาที่จะเติมเต็มตนเองและเป็นทุกสิ่งที่สามารถจะเป็นได้ ทั้งนี้พบการศึกษาที่ยอมรับว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและการตระหนักถึงศักยภาพของตนเองเป็นหนึ่งในแนวคิดที่มีอิทธิพลมากที่สุดในด้านความคิดสร้างสรรค์และพบว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นวิถีคิดและการใช้ชีวิตที่นำไปสู่การพัฒนาตนเองและชีวิตที่ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ (Davis, 2004; Wadaani, 2015)

ดังนั้น องค์กรควรมีการเสริมความรู้ให้แก่บุคลากร การสร้างสรรค์ให้บุคลากรเกิดการรับรู้วัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ และการที่บุคลากรให้ความสำคัญกับผลงานซึ่งเกิดจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยเน้นคุณภาพมากกว่าเน้นปริมาณงาน มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน มีการพัฒนาตนเองโดยได้รับการสนับสนุนความก้าวหน้าจากองค์กร จะทำให้บุคคลยึดมั่นผูกพันกับงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและภาคภูมิใจในงานตนเอง (มุกดา คำอานา, 2557)

3) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participative Management) หมายถึง การรับรู้ลักษณะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับสมาชิกในองค์กร โดยถือว่าสมาชิกคือทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร สมาชิกในองค์กรได้รับการสนับสนุนความก้าวหน้าในการทำงาน เปิดรับการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน เปิดโอกาสและกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็น และสร้างความรู้สึกร่วมของการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเพิ่มแรงจูงใจ ทำให้บุคคลมีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานด้วยความสมัครใจ มีความกระตือรือร้น และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Hajzler, 2011; Cooke and Szumal, 2013; Lamprinakis, 2015)

การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบการจัดการที่เปิดกว้างซึ่งบุคลากรมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกระบวนการตัดสินใจขององค์กร แนวคิดนี้แสดงถึงการให้ความสำคัญของสติปัญญาของมนุษย์และแสวงหาความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับบุคลากร ซึ่งตระหนักว่าบุคลากรเป็นผู้อำนวยความสะดวกที่ติดต่อโดยตรงกับลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางแข่งขันรูปแบบการจัดการนี้จึงได้รับการยอมรับจากหลายองค์กร ซึ่งยินดีเปิดรับความคิดสร้างสรรค์ แนวความคิด และความคิดที่เป็นนวัตกรรมจากบุคลากรและให้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ (Management Study Guide, 2021)

การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเป็นหนึ่งในเทคนิคด้านมนุษยสัมพันธ์เน้นที่สนองความต้องการของบุคคลมากขึ้นถือเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้กับบุคลากรในระดับที่สูงขึ้น โดยให้การ

มอบหมายงานให้มากขึ้น เพื่อให้การตัดสินใจในลำดับชั้นบุคลากรลดลง และให้บุคลากรมีส่วนร่วม กำหนดวัตถุประสงค์และการประเมินความสำเร็จของตนเอง โครงสร้างการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม เป็นการสร้างเงื่อนไขในการทำงานซึ่งทำให้บุคลากรสามารถตระหนักถึงศักยภาพ ใช้ประโยชน์ จากความเชี่ยวชาญ และปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานได้ (Ibrahim & Bahyaye, 2019)

การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมมุ่งหมายให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดและการ ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในองค์กร มากขึ้น และปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยรวมที่ดีขึ้น (Souply-Pierard & Jocelyne, 2017) ทั้งนี้ การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมมีเป้าหมายเพื่อให้บุคลากรมีส่วนร่วมใน กระบวนการตัดสินใจ การรับรู้การสนับสนุนการมีส่วนร่วมกระตุ้นให้พวกเขารับผิดชอบต่อการกระทำ และมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ในการปฏิบัติงาน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Lamprinakis (2015) การ ดำเนินการตามแนวทางการจัดการแบบมีส่วนร่วมสามารถกระตุ้นให้ตัวแทนหน่วยงานมีส่วนร่วมใน การแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างแข็งขันและสร้างความรู้สึของการมีส่วนร่วมซึ่งเพิ่มแรงจูงใจ และจัดการต่อต้านต่อเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจและอารมณ์ เป็นการ สร้างความมุ่งมั่นผูกพัน เกิดความรู้สึกรับผิดชอบ เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

4) การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interpersonal relations) หมายถึง การ รับรู้ลักษณะองค์กรที่มุ่งให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร เป้าหมาย ความสนใจ ผลตอบรับ ความท้าทาย และข้อมูลข่าวสาร ให้ความเป็นมิตร ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการแบ่งปันความคิด และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างมี ประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นแรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงพฤติกรรม สามารถสร้างศักยภาพที่ดีต่อการ ปฏิบัติงาน (Cooke and Szumal, 2013; Proctor, 2014; Agba, 2018)

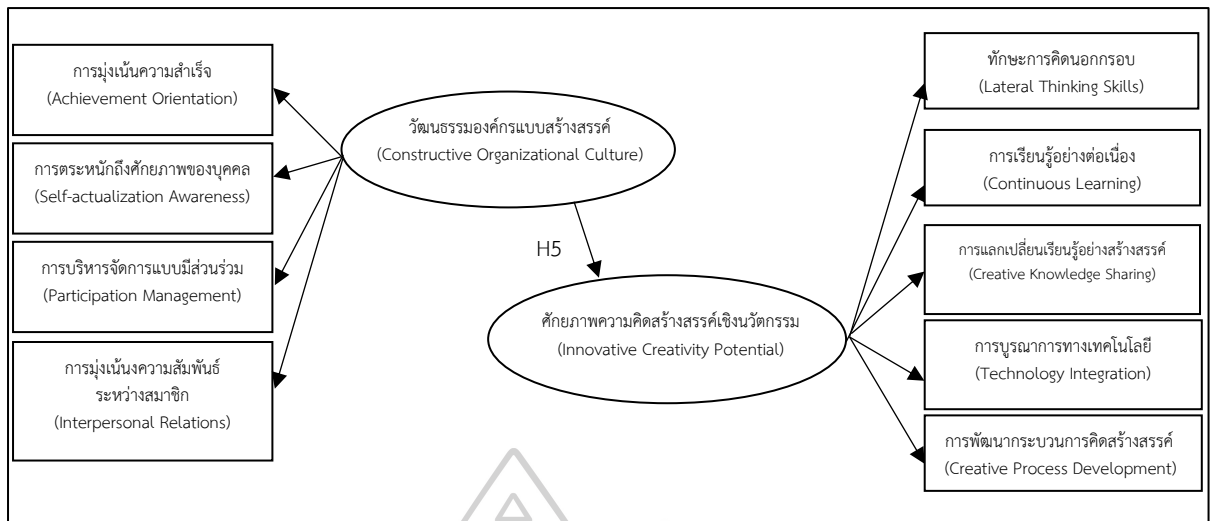
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นความสัมพันธ์หรือสัมพันธภาพระหว่างบุคคลที่ทำงานร่วมกัน ในองค์กรเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญในผลของกิจกรรมในที่ทำงาน การรับรู้ ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ระหว่างบุคคลในที่ทำงานจะเป็นตัวกำหนดประเภทของสภาพแวดล้อมในการ ทำงาน ซึ่งงานต่างๆ จะถูกมอบหมายและดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลมีความสามารถในการนำพาบุคคลไปสู่เป้าหมาย (Juneja, 2017) จึงมีความจำเป็นที่องค์กรต้อง มีการศึกษาเพื่อสังเกตและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่ทำงาน เนื่องจากความรู้เกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะช่วยให้หัวหน้างานตัดสินใจที่มีคุณภาพเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมาย ให้กับบุคลากรในที่ทำงานโดยพิจารณาจากบุคลิกภาพ คุณลักษณะ พฤติกรรม และพัฒนา กระบวนการแก้ไขข้อขัดแย้ง (Quarmyne, 2018)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่ทำงานคือความเชื่อมโยงทางสังคม การเชื่อมต่อ หรือความเกี่ยวพันระหว่างคนในองค์กรมากขึ้น สิ่งหนึ่งที่นำคนสองคนมารวมกันในบริบทของความสัมพันธ์เหล่านี้ อาจเป็นความสนใจร่วมกัน เช่น ความปรารถนา ความทะเยอทะยาน หรือเป้าหมาย Maxwell (2004) ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่ทำงานเป็นประเภทของความสัมพันธ์ที่มีอยู่ระหว่างบุคลากรกับบุคลากร ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกจ้าง และบุคลากรในองค์กรใดๆ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่ทำงานเป็นปัญหาสำคัญมากที่มีอิทธิพลต่อระดับของบุคลากร สมาชิกหรือบุคลากรจึงควรมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งความสัมพันธ์กับลูกค้า ซัพพลายเออร์ และบุคคลภายนอก (Nwinyokpugi & Omunakwe, 2019)

ทั้งนี้พบการศึกษาของ Ngari & Agusioma (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของความสัมพันธ์ของบุคลากรต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชนในเคนยา และใช้มิติหรือปัจจัยดังต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล: บรรยากาศการเปิดกว้าง ความพยายามในการสร้างทีม และการริเริ่มทางสังคม กิจกรรมระหว่างบุคลากร และการศึกษาของ Glinska-Newes, et al. (2017) พบความสัมพันธ์เชิงบวกในที่ทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร และมีอิทธิพลโดยตรงต่อความมุ่งมั่นเชิงนวัตกรรมของบุคคลและมีอิทธิพลต่อการสื่อสารภายในองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์ของสมาชิกในองค์กร และมีการกำหนดองค์ประกอบของบรรยากาศองค์กรอย่างหลากหลาย ได้แก่ การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Achievement orientation) การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (Self-actualization awareness) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participative Management) การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interpersonal relations) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ในลักษณะที่ครอบคลุมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคคล นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม



ภาพที่ 8 อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

อิทธิพลของตัวแปรแทรก ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุกและการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแทรก ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุก (Proactive personality) และการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) โดยบูรณาการจากทฤษฎีทางปัญญาสังคม ซึ่งเป็นแนวทางของพฤติกรรมต่อการกระทำของมนุษย์ และยังรวมถึงการขับเคลื่อนแรงจูงใจและการกำกับตนเอง โดยมีความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล (Person) อิทธิพลของสภาพแวดล้อม (Environment) และพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งเป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลเชิงเหตุผลซึ่งกันและกัน และส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมด้านความคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยชุดของความสัมพันธ์ดังนี้

1) อิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

บุคลิกภาพเชิงรุก (Proactive personality) หมายถึง บุคลิกภาพที่แสดงออกต่อการกระทำในเชิงรุก สามารถระบุหรือใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้ มีการแสดงออกถึงความริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา และมีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น สามารถแสดงความสามารถและจัดการกับปัญหาได้เป็นอย่างดี ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของ

สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมรอบตัว (Schermerhorn, 2010; Robbins and Judge, 2013, Hu et al., 2018)

บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกได้รับคำจำกัดความว่าเป็นลักษณะของบุคคลที่ไม่ถูกจำกัดด้วยสถานการณ์และส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมรอบตัว บุคลิกภาพประเภทนี้สะท้อนถึงระดับที่บุคคลมักจะหาโอกาสในการเปลี่ยนแปลงในที่ทำงานและดำเนินการเพื่อตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกมักเป็นผู้ริเริ่มการเปลี่ยนแปลง ลงมือทำ และอดทนจนกว่าการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมายจะเกิดขึ้นเพื่อให้การบรรลุเป้าหมาย (Hu et al., 2018)

บุคลิกภาพเชิงรุกได้รับการพัฒนามาจากทฤษฎีลักษณะนิสัย ผู้ที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกจะไม่ถูกกดดันโดยแรงบังคับของสถานการณ์และสภาพแวดล้อม เป็นผู้ริเริ่มเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมรอบตัวให้เหมาะสมด้วยความสามารถของตนเอง รู้จักแสวงหาโอกาส (Identify Opportunity) และใช้โอกาสที่เกิดขึ้นโดยทันทีเป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องต่างๆได้ด้วยตัวเอง เชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง แสดงออกซึ่งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และอารมณ์ทางบวก ผู้ที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกนี้เมื่อทำงานอยู่ในองค์กรใดๆ มักจะเป็นกำลังสำคัญในการผลักดัน ริเริ่มให้เกิดการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ชอบมองหาโอกาสปรับปรุงหรือพัฒนาตนเอง เช่น ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือเรียนรู้ ทักษะที่จำเป็นเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ ในทางตรงข้ามผู้ที่ไม่มีบุคลิกภาพเชิงรุกนั้นจะมีลักษณะ พฤติกรรมที่แตกต่างจากที่กล่าวมาข้างต้น คือเป็นผู้มีลักษณะบุคลิกภาพเชิงรับ (Reactive Personality) เป็นฝ่ายตั้งรับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ได้ตอบหรือดิ้นรนชวนขวาย แต่จะพยายามปรับเปลี่ยนตนเองให้กลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ไม่แสวงหา โอกาส และมองไม่เห็นโอกาส มีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับต่าง ๆ และมักมีอารมณ์ทางลบ ชอบพึ่งพาบุคคลอื่น เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Chae & Park, 2022)

บุคลิกภาพเชิงรุกอธิบายถึงพฤติกรรมที่มั่นคงและยั่งยืนเพื่อริเริ่มและทำการเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์ต่อสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่หรือสร้างขึ้นใหม่ (Brown, et al, 2006) ทั้งนี้พบงานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่าบุคลิกภาพเชิงรุกเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร (Kim, 2019; Kim, Hon, & Crant, 2009) บุคลิกภาพเชิงรุกสามารถส่งเสริมแรงจูงใจภายในของบุคลากรในการแสวงหาแนวทางใหม่ (Kim, 2019; Kim, Hon, & Lee, 2010) เพิ่มความรู้สึกรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลง (Jiang & Gu, 2015) และกระตุ้นผลกระทบเชิงบวก (Li et al., 2019)

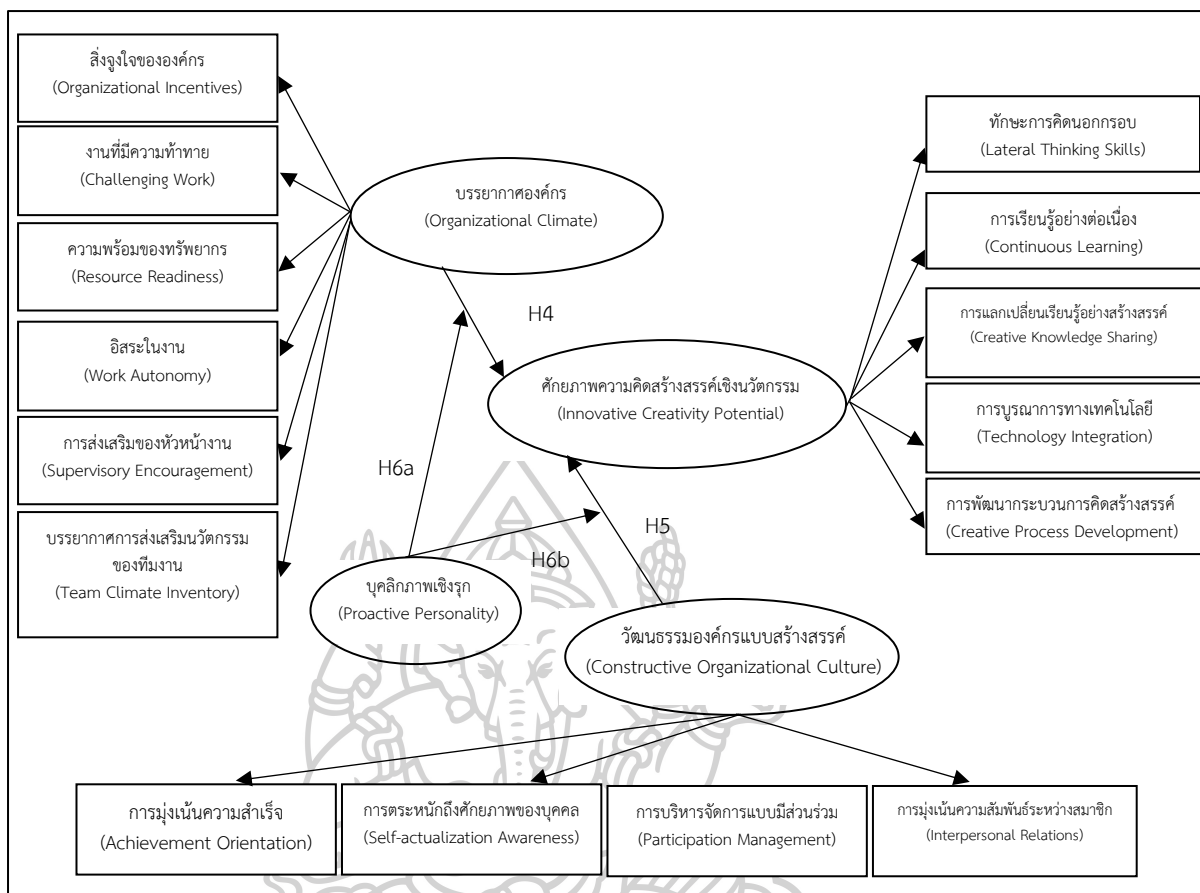
จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับบุคลิกภาพเชิงรุกและความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้พบว่าบุคลิกภาพเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร นอกจากนี้ความต้องการความคิดสร้างสรรค์ในงานและการสนับสนุนหัวหน้างาน มีอิทธิพลร่วมกันในการสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร และบุคลากรที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกทำให้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเกิดขึ้นสูงสุด เมื่อความต้องการความคิด

สร้างสรรค์ในงานและการสนับสนุนจากหัวหน้างานอยู่ในระดับสูง (Kim, Hon and Lee (2010) และ Gong et al. (2012) ทดสอบเชิงประจักษ์ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและความคิดสร้างสรรค์ ในมุมมองกระบวนการเชิงรุกซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการเชิงรุกเป็นกระบวนการแบบไดนามิกที่เกี่ยวข้องกับการกระทำในอนาคต การเตรียมการ และการคาดการณ์ บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก มีความพร้อมที่จะแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างสร้างสรรค์ และสร้างความไว้วางใจ และมีการเตรียมพร้อมด้านทรัพยากรสำหรับเหตุการณ์ในอนาคต นอกจากนี้ยังพบการศึกษาของ Tasthan (2013) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมบรรยากาศขององค์กร (การสนับสนุนทางสังคมการเมือง สภาพแวดล้อมการทำงานแบบมีส่วนร่วม การเข้าถึงทรัพยากร การเข้าถึงข้อมูล) และภาวะผู้นำตนเองส่งผลทางตรงในเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และมีอิทธิพลของตัวแปรแทรก การมีส่วนร่วมในงาน และบุคลิกภาพเชิงรุก ในความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของบรรยากาศองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม และ Tai and Mai (2016) พบองค์ประกอบขององค์กร ได้แก่ การสื่อสารบรรยากาศ การวางแผนรับความเสี่ยง และบุคลิกภาพเชิงรุกของบุคลากรมีผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรและความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรในที่สุด และพบการศึกษาของ Caniëls, Semeijn and Renders (2018) ที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของบุคลิกภาพเชิงรุกกับการมีส่วนร่วมในงานซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ลักษณะสร้างสรรค์ และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงพบว่าสามารถปรับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและการมีส่วนร่วมในงานได้ดีขึ้น เมื่อบุคลากรมีความคิดแบบเติบโต และการศึกษาของ Li, Zhang and Guo (2021) ผลการวิจัยพบว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลหลากหลายแหล่งเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงเชิงบวกระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร นอกจากนี้ ในความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรที่อิงการแลกเปลี่ยนทางสังคม บุคลากรที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลหลากหลายแหล่งกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น

จากความสอดคล้องดังกล่าว ผู้วิจัยจึงพัฒนาสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแทรกที่เข้ามาอิทธิพลร่วมกับปัจจัยเชิงสาเหตุส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนี้

สมมติฐานที่ 6a บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 6b บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม



ภาพที่ 9 อิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

2) อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) หมายถึง เป็นการประเมินตนเองและ เป็นความเชื่อมั่นในทักษะความสามารถของตนเองในการสร้างหรือคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ การค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหา และการสร้างผลลัพธ์อย่างสร้างสรรค์ นำไปสู่การดำเนินพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะยิ่งรับรู้โอกาสที่จะแสดงศักยภาพได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จ และสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ (Tierney and Farmer, 2011; Beghetto, 2009; Abbott, 2010)

การรับรู้ความสามารถของตนเอง ถูกกำหนดว่าเป็นความเชื่อในความสามารถในการสร้างผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ (Tierney and Farmer, 2011) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Tierney and Farmer, 2002, 2011; Beghetto, 2006; Karwowski and Barbot, 2016) ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น

ในด้านการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง มาจากแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura (1997) ที่ว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อสิ่งที่บุคคลพยายามทำให้สำเร็จและความพยายามที่ใช้ความสามารถในกระบวนการนี้มีมากน้อยเพียงใด หรือเป็นความเชื่อของบุคคล เกี่ยวกับความสามารถในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต ความเชื่อในความสามารถตนเองพิจารณาจาก ความรู้สึก ความคิด การตั้งใจ และพฤติกรรม ด้วยเหตุนี้ การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงสะท้อนถึงการตัดสินใจในความสามารถของตนเองหรือศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกและความพยายามในการดำเนินกิจกรรมของบุคคล และท้ายที่สุดคือการบรรลุผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ และไม่ใช้ความสามารถเพียงอย่างเดียวที่มีความสำคัญ แต่ต้องมีความเชื่อในความสามารถของตนเองด้วย (Lemons, 2010; Shaw, Kapnek & Morelli, 2021)

ทั้งนี้การรับรู้ความสามารถของตนเองทำให้เกิดแรงจูงใจ การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงมีความจำเป็นต่อการทำความเข้าใจวิธีการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการรับรู้ความสามารถตนเองสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้ในบริบททั่วไป หรือในขอบเขตที่เฉพาะเจาะจง เช่น การรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ได้ (Karwowski, 2011, 2012; Pretz & McCollum, 2014; Tierney & Farmer, 2011) ดังนั้น การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงเป็นคุณลักษณะทางจิตวิทยาที่จำเป็นในการนำเสนอและปรับปรุงผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ยังพบการศึกษาที่สนับสนุนความสำคัญด้านแรงจูงใจของการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความสามารถในการทำนายผลการปฏิบัติงานที่สำคัญทั้งในบริบททางการศึกษาและในสถานที่ทำงาน (Shaw, Kapnek and Morelli, 2021)

ดังนั้น การรับรู้ความสามารถของตนเอง (self-efficacy) เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์และเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ยากลำบากหรือท้าทาย (Tierney and Farmer, 2011) นอกจากนี้ บุคคลที่เชื่อมั่นว่าตนเองสามารถทำสิ่งที่แตกต่างจากเดิมได้สำเร็จจะเป็นผู้ที่สามารถก้าวข้ามขีดจำกัดของตนเองได้ การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมเช่นกัน (Gerber et al., 2012; Hsiao et al., 2011; Hsu, Hou, and Fan, 2011)

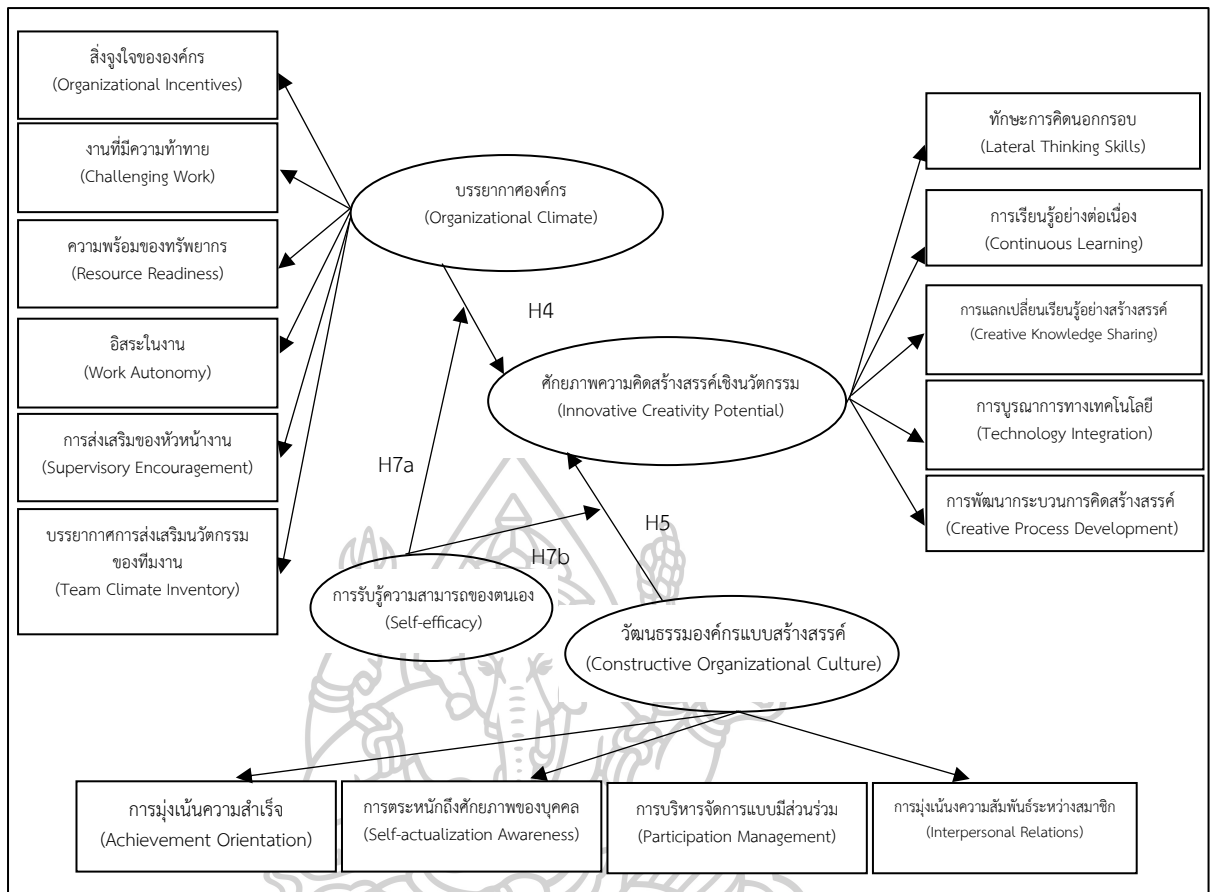
จากการทบทวนวรรณกรรม พบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนี้ การศึกษาของ Slatten (2014) พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างสร้างสรรค์ ตามมาด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตนเอง และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้นำ (ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง) นอกจากนี้การรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างสร้างสรรค์ยังมีผลต่อกิจกรรมเชิงนวัตกรรมใหม่อีกด้วย Chen and Zhang (2017) ศึกษาผลกระทบของการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างสร้างสรรค์ต่อความคิด

สร้างสรรค์ของบุคลากรในมุมมองเชิงรุก พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล โดยมีอิทธิพลของตัวแปรกลางพฤติกรรมแสวงหาการให้ข้อมูลย้อนกลับ และการมุ่งเน้นการส่งเสริมมีผลกระทบในความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองอย่างสร้างสรรค์ต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร Yi and Cai (2008) ศึกษาบรรยากาศองค์กรเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้ความสามารถของตนเองโดยทั่วไป การรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ และการรับรู้วัฒนธรรม ผลจากการวิเคราะห์เส้นทาง พบสัมประสิทธิ์ของเส้นทางจากบรรยากาศองค์กรเชิงสร้างสรรค์-การรับรู้วัฒนธรรมและการรับรู้ความสามารถของตนเองโดยทั่วไป จากการรับรู้ความสามารถของตนเองโดยทั่วไป-การรับรู้วัฒนธรรมและการรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ และจากการรับรู้วัฒนธรรม-การรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่าการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญไม่เพียงแต่สำหรับปัจเจกบุคคลเท่านั้น แต่สำหรับสังคมด้วย เงื่อนไขในการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์คือการพัฒนากระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกลไกที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของบุคคล สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมขององค์กร

จากความสอดคล้องดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่รับรู้ความสามารถของตนเอง มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองจะมั่นใจในการแสดงศักยภาพของตน และจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์ออกมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองเข้ามามีอิทธิพลร่วมกับปัจจัยเชิงสาเหตุส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทำให้ความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ (Strength) มีค่ามากขึ้น จึงพัฒนาสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแทรก การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนี้

สมมติฐานที่ 7a การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 7b การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม



ภาพที่ 10 อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาและสมมติฐานของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม สามารถสรุปสมมติฐานของการวิจัยได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาและสมมติฐานของการวิจัย

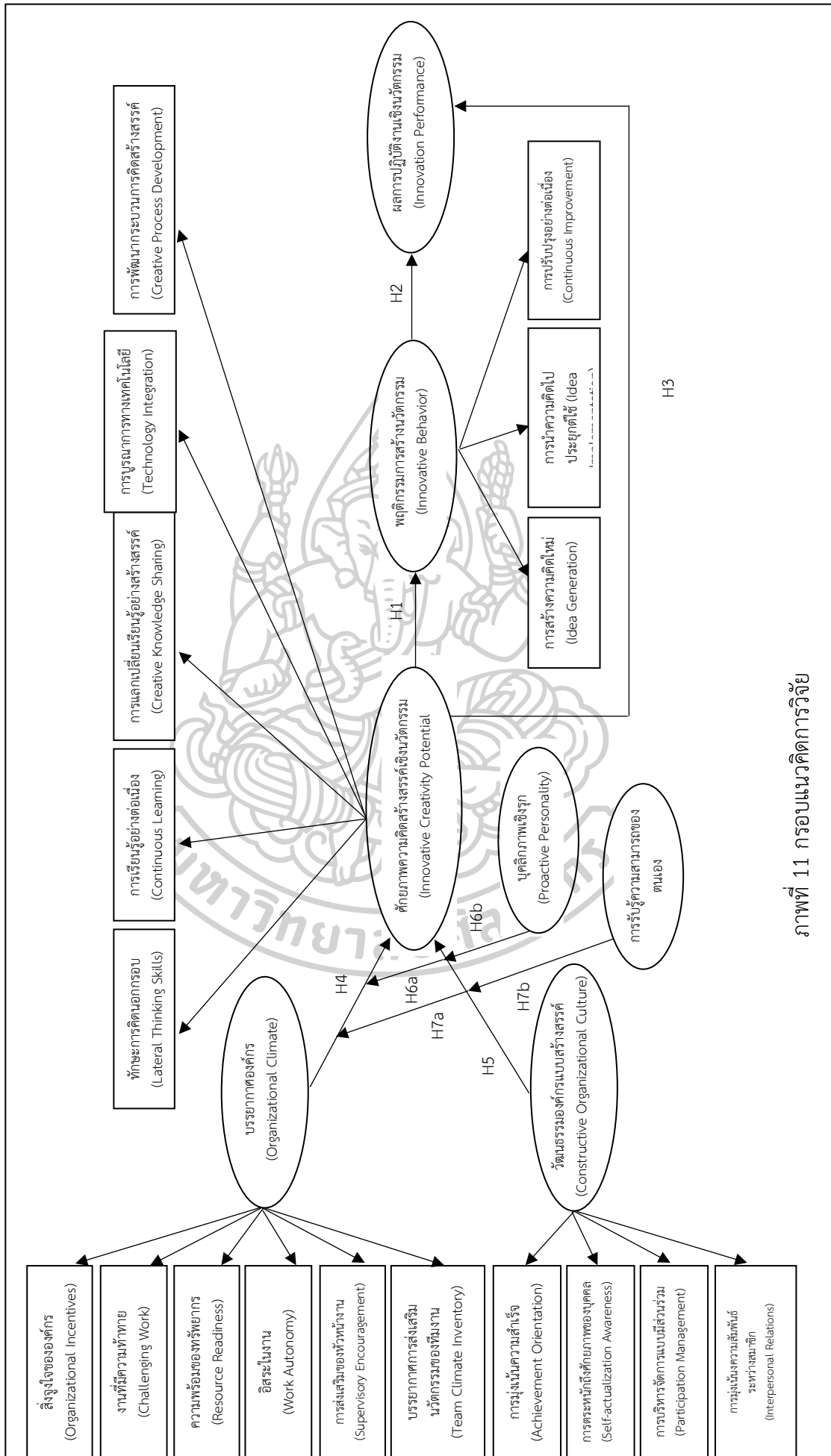
สมมติฐาน	รายละเอียด
สมมติฐานที่ 1	ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม
สมมติฐานที่ 2	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ตารางที่ 4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาและสมมติฐานของการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	รายละเอียด
สมมติฐานที่ 3	ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติเชิงนวัตกรรม
สมมติฐานที่ 4	บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
สมมติฐานที่ 5	วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
สมมติฐานที่ 6a	บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
สมมติฐานที่ 6b	บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
สมมติฐานที่ 7a	การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
สมมติฐานที่ 7b	การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

6. การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย

จากการสังเคราะห์ทฤษฎีพื้นฐานและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม บรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ บุคลิกภาพเชิงรุก การรับรู้ความสามารถของตนเอง พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม นำเสนอตั้งภาพที่ 11



ภาพที่ 11 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ใช้ระเบียบวิธีการวิจัย แบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) คือการใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นหลัก ในการวิจัยและอธิบายเสริมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบแผนการวิจัยเป็นแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (Explanatory Sequential Design) ตามแนวทางของ Creswell (2013) เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลของตัวแปรที่อยู่บนฐานของแนวคิดและทฤษฎี เพื่อพัฒนาตัวแบบจากการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีให้สามารถนำไปปรับใช้ได้ทั่วไปกับทุกบริบท (Generalization) โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 2) การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบาย สนับสนุน และขยายผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนและลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น โดยใช้บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ เป็นหน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) โดยวิธีวิทยาที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Study) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Antecedents and Consequences) เพื่อสร้างเป็นแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Research) ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหาความรู้และความจริงจากปรากฏการณ์และประสบการณ์ของผู้ที่อยู่ในสถานการณ์นั้นโดยตรง (ชาย โพธิ์สีตา, 2559) เพื่อสนับสนุนและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก พร้อมภาพอธิบายขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมการวิจัย ซึ่งเป็นการจัดเตรียมการดำเนินการวิจัยโดยศึกษาสภาพปัญหาและความจำเป็นของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมต่าง ๆ จาก ตำรา เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) และตัวแปรในการวิจัย จัดทำข้อเสนอ และโครงร่างการวิจัย (Proposal) นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อวิทยานิพนธ์ และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ จากนั้นขออนุมัติหัวข้อ และโครงร่างวิทยานิพนธ์ต่อบัณฑิตวิทยาลัย

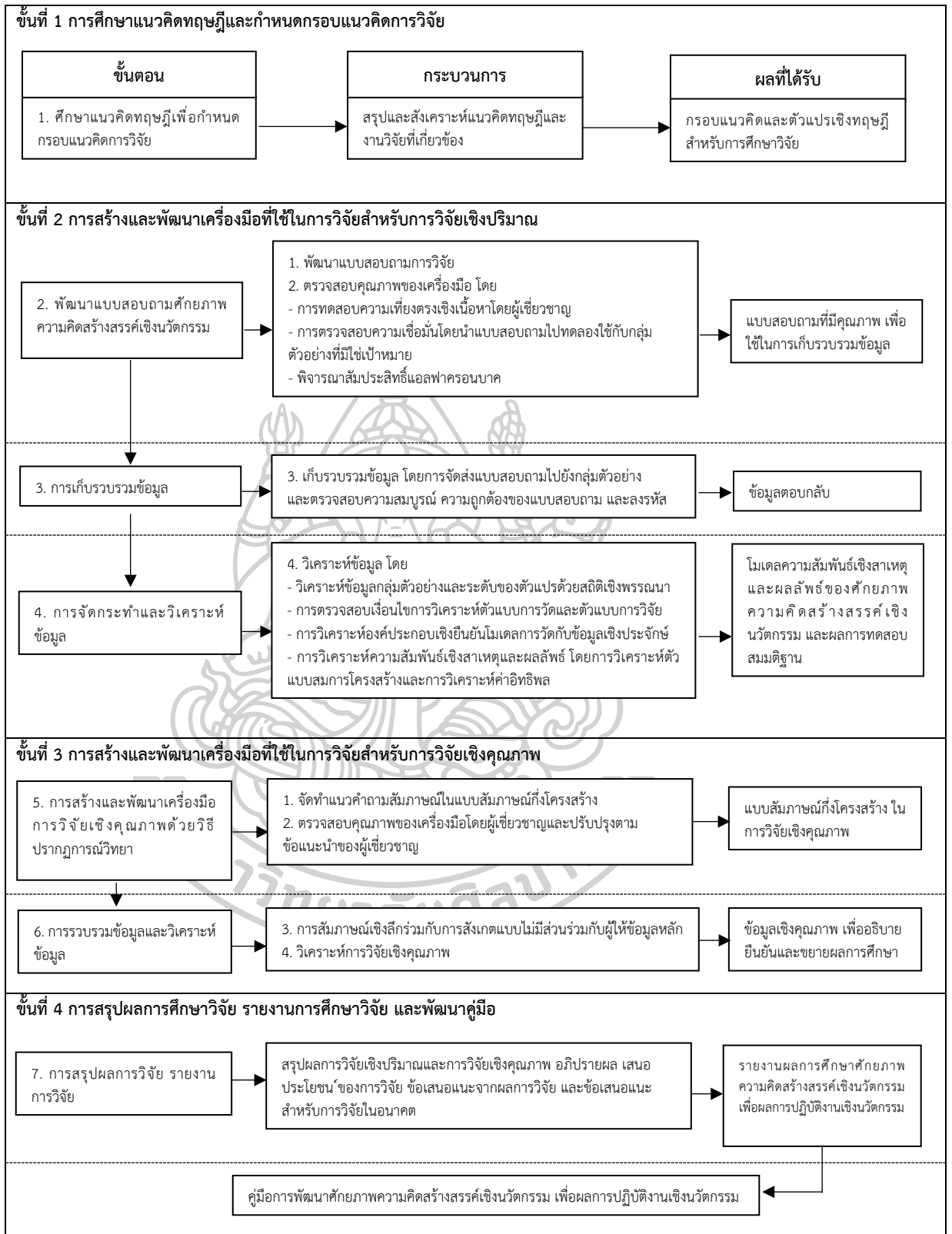
ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและตรวจสอบความสอดคล้องของ ตัวแบบเชิงทฤษฎี (Theoretical Model) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยกำหนดนิยามเชิงทฤษฎี (Conceptual Definition) และนิยามเชิงปฏิบัติการ (Operational Definition) ของตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการทบทวนวรรณกรรม พัฒนาข้อคำถามในแบบสอบถามการวิจัยที่สอดคล้องตามกรอบแนวคิดการวิจัย และตรวจสอบคุณภาพของ เครื่องมือด้านความตรงต่อเนื้อหา (Content Validity) โดยการวิเคราะห์เพื่อหาดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item of Objective congruence Index) จากนั้นดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตาม ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง (ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้) ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค โดยต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น และยอมรับได้ (Cronbach, 1984) แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา ตรวจสอบข้อมูลให้เป็นไปตามเงื่อนไขและข้อตกลงพื้นฐานในการวิเคราะห์ทางสถิติ และวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันและขยายผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจัดทำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) หาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ สัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่กับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมกับบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ เพื่อสัมภาษณ์ความคิดเห็น โดยพิจารณาจากบุคลากร ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น และวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 4 การสรุปผลการวิจัย โดยสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อภิปราย
ผลการวิจัย ให้ข้อเสนอแนะการวิจัย จัดทำรายงานการวิจัย และพัฒนาคู่มือการพัฒนาศักยภาพ
ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการ
ปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยต่อไป

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้





ภาพที่ 12 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจำแนกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจำนวนบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ 3,523 คน (สารสนเทศอุดมศึกษา, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จำนวน 8 มหาวิทยาลัย กำหนดขนาดตัวอย่างพิจารณาตามเงื่อนไขเรื่องขนาดตัวอย่างที่ต้องสอดคล้องกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ซึ่งขนาดตัวอย่างควรเป็น 10 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต (Hair et al., 2010) ซึ่งการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 24 ตัวแปร ดังนั้นจึงควรมีขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 240 - 480 ตัวอย่าง ดำเนินการเก็บข้อมูลทางจดหมายและออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แบบสอบถามตอบกลับ จำนวน 473 คน แต่มีข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบไม่ครบถ้วนส่งผลทำให้ข้อมูลบางส่วนนั้นขาดหายไปจำนวน 53 คน จึงสรุปได้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างมี จำนวน 420 คน การเก็บข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยสมาชิกทุกหน่วยประชากรมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างในการวิจัยเท่ากันและข้อมูลที่รวบรวมได้จะนำมาทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถนำผลการวิจัยไปอ้างอิงสู่ประชากรในภาพรวมได้ (กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ, 2554) ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรตามสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ทั้ง 8 มหาวิทยาลัย แล้วสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional) ของจำนวนบุคลากรสายวิชาการในแต่ละมหาวิทยาลัย จากนั้นใช้การสุ่มอย่างง่ายโดยเลือกบุคลากรสายวิชาการ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตามสัดส่วนตามขนาดประชากร รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สัดส่วนตัวอย่างแต่ละมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

ลำดับ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ	ประชากร	ตัวอย่าง
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	622	74
2	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	493	59
3	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	366	43
4	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	490	58
5	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	475	57
6	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	368	44
7	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	401	48
8	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์	308	37
	รวม	3,523	420

2. ผู้ให้ข้อมูลหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purpose Sampling) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) จากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีประสบการณ์ เพราะสามารถตีความหมายได้เป็นอย่างดี (ชาย โปธิสิตา, 2554) ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ (Criteria) เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีข้อมูลที่มากและลึกตรงกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาและมีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Information-rich Cases) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เป็นข้อมูลเสริมการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ที่มีผลงานเชิงประจักษ์ของงานวิจัย/คุณภาพของงานวิจัย (เช่น ได้รับทุนสนับสนุนหรือได้รับรางวัลจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับทางวิชาการ ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการที่เป็นที่ยอมรับทางวิชาการ เผยแพร่ในฐานข้อมูลหรือเว็บไซต์ของหน่วยงานซึ่งเป็นที่ยอมรับทางวิชาการ) การบริการวิชาการ หรือการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนการสอน กิจกรรมทางวิชาการ หรือผลงานด้านนวัตกรรม ที่มีการเผยแพร่หรือนำไปใช้ หรือได้รับรางวัล โดยการเก็บข้อมูลที่หลากหลายทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูล (ชาย โปธิสิตา, 2554) ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือทั้ง 8 แห่ง โดยมีสัดส่วนดังตารางที่ 6 นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ยึดหลักจริยธรรมการวิจัยในคน ได้แก่ หลักความเคารพในบุคคล (Respect for person) หลักการให้ประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่อาสาสมัคร (Risk and benefit)

หลักความยุติธรรม (Justice) และการรักษาความลับของอาสาสมัคร (Privacy and confidentiality) (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2560)

ตารางที่ 6 สัดส่วนผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ	จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก (คน)
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	2
2	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	1
3	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	1
4	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	2
5	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	2
6	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	1
7	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	1
8	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์	1
	รวม	11

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ ในส่วนนี้อธิบายเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและการวัดตัวแปร รายละเอียดดังนี้

1) การวิจัยนี้แบ่งตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 3 กลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variables) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่

1.1.1 บรรยากาศองค์กร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) สิ่งจูงใจขององค์กร 2) งานที่มีความท้าทาย 3) ความพร้อมของทรัพยากร 4) อีสระในงาน 5) การส่งเสริมของหัวหน้างาน และ 6) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory)

1.1.2 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นความสำเร็จ 2) การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล 3) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และ 4) การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก

1.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่

1.2.1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) ทักษะการคิดนอกกรอบ 2) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างสร้างสรรค์ 4) การบูรณาการทางเทคโนโลยี และ 5) การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์

1.2.2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การสร้างความคิดใหม่ 2) การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ และ 3) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

1.2.3 ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

1.3 ตัวแปรแทรก (Moderator Variables) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง

2. การวัดตัวแปร การวัดตัวแปรเชิงปฏิบัติการที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ตัวชี้วัดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม วัดได้จาก 5 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1.1 ทักษะการคิดนอกกรอบ ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) การใช้วิธีการที่หลากหลายในการสร้างสรรค์ผลงานหรือแก้ไขปัญหา 2) การสร้างมุมมองใหม่ ๆ ค้นหาวิธีการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาในรูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากวิธีการเดิม 3) วิธีการคิดอย่างอิสระ และไม่ยึดติดกับกรอบแนวทางเดิม ๆ

2.1.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) การแสวงหาความรู้ และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน 2) การประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในกระบวนการทำงาน 3) การบูรณาการความรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาและความรู้ใหม่ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ

2.1.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็น ดังนี้ 1) มีการแบ่งปันมุมมอง และประสบการณ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน 2) มีการแบ่งปันความเชี่ยวชาญ และทักษะต่าง ๆ ผ่านการทำงานร่วมกันกับบุคคลอื่น หลากหลายสายงาน เพื่อความรู้ที่หลากหลาย 3) มีการจัดเก็บและแบ่งปันความรู้อย่างเป็นระบบผ่านคู่มือ วิธีการ รายงาน หรือเอกสาร ร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในภายนอกองค์กร

2.1.4 การบูรณาการทางเทคโนโลยี ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) การเปิดรับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน 2) การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานอยู่เสมอ 3) การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเผยแพร่หรือแบ่งปันข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ในการปฏิบัติงานแก่ผู้อื่น

2.1.5 การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็น ดังนี้ 1) มีการระดมสมองกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ 2) มีการฝึกฝนการใช้ความคิด ฝึกปฏิบัติ และลงมือทำ เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้พัฒนาสูงขึ้น 3) มีพัฒนา

กระบวนการทางความคิด วิธีการคิด วิธีการเรียนรู้ เพื่อสร้างแนวทางใหม่หรือทางเลือก เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม วัดได้จาก 3 องค์ประกอบ ได้แก่

2.2.1 การสร้างความคิดใหม่ ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) การสร้างและรวบรวมความคิด เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ และนำไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน 2) มีการค้นหาข้อมูลจากหลากหลายแหล่ง และจัดระเบียบข้อมูลใหม่ เพื่อให้เกิดความคิดที่หลากหลาย 3) การเสนอแนะแนวทางและความคิดใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่าง หรือคิดเสริมต่อจากแนวคิดของผู้อื่น

2.2.2 การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) การแสวงหาวิธีในการสร้าง ส่งเสริม และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน 2) การนำความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม 3) การมุ่งพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานจริง และพยายามเผยแพร่ไปยังส่วนต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

2.2.3 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) การพัฒนาวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อผลลัพธ์ของงานที่ดีขึ้น 2) ความมุ่งมั่นปรับปรุงกระบวนการ วิธีการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ 3) การพัฒนาและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงแนวคิดด้านการทำงานอยู่เสมอ

2.3 ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) ผลงานเป็นผลงานที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อตนเอง หรือเพื่อนร่วมงาน หรือมหาวิทยาลัย 2) มีการปรับปรุงคุณภาพผลงานหรือต่อยอดองค์ความรู้เดิมให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น 3) ผลงานสามารถใช้ในการแก้ปัญหาหรือปรับปรุงประสิทธิภาพงานได้จริง 4) ผลงานเป็นสิ่งใหม่ ที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการหรือผลลัพธ์ในการปฏิบัติงาน 5) ผลงานสามารถนำไปเป็นต้นแบบหรือเป็นแนวทางให้ผู้อื่นนำไปปรับใช้ในการทำงานและสร้างสรรค์ผลงานได้ 6) มีผลงานเชิงนวัตกรรมที่มีการเผยแพร่หรือถูกนำไปใช้จริง

2.4 บรรยากาศองค์กร วัดได้จาก 6 องค์ประกอบ ได้แก่

2.4.1 สิ่งจูงใจขององค์กร ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) องค์กรสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การอบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน 2) องค์กรให้อิสระในการเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน 3) องค์กรมีระบบการให้ผลตอบแทน หรือ รางวัล หรือการยกย่องชื่นชม เมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี

2.4.2 งานที่มีความท้าทาย ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) การรับรู้ถึงความสำคัญของงานที่ได้รับผิดชอบ ว่ามีส่วนช่วยให้มหาวิทยาลัยบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายระยะยาว

2) การได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ต้องใช้ทักษะความสามารถที่หลากหลาย 3) การได้รับมอบหมายงานที่มีความน่าความสนใจและท้าทายในการใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพ

2.4.3 ความพร้อมของทรัพยากร ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) มีการสำรวจและจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานที่นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย 2) มีทรัพยากรในการทำงานเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ 3) ทรัพยากรมีคุณภาพ เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย

2.4.4 อิสระในงาน ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) สามารถตัดสินใจเลือกวิธีการทำงานด้วยตนเอง 2) มีเสรีภาพในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบกับบุคคลต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย 3) ได้รับมอบอำนาจ ความรับผิดชอบ การตัดสินใจแก้ปัญหาในการทำงานได้ด้วยตนเอง

2.4.5 การส่งเสริมของหัวหน้างาน ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) หัวหน้างานรับฟังความคิดเห็น และให้ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ 2) เมื่อเกิดปัญหา หัวหน้างานให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ 3) หัวหน้างานอนุญาตให้มีการทำงานที่ยืดหยุ่นและคำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ใต้บังคับบัญชา

2.4.6 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการทำงานและเป้าหมายของทีม 2) ทีมงานเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และเสนอแนวคิดใหม่ ๆ และมีอิสระในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกัน 3) ทีมงานมุ่งเน้นการขจัดปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วยการร่วมสร้างความร่วมมือในการแก้ปัญหามากกว่าการมุ่งเอาชนะ

2.5 วัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ วัดได้จาก 4 องค์ประกอบ ได้แก่

2.5.1 การมุ่งเน้นความสำเร็จ ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) องค์กรมุ่งเน้นให้คณาจารย์ตั้งเป้าหมายและปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย 2) องค์กรส่งเสริมให้สมาชิกมีการวางแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุความสำเร็จของงานตามเป้าหมายที่กำหนด 3) องค์กรส่งเสริมให้สมาชิกกล้าคิด กล้าทำสิ่งใหม่ๆ หรือสามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

2.5.2 ตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) องค์กรต้องการให้สมาชิกตระหนักถึงการทำงานที่มุ่งเน้นคุณภาพ 2) องค์กรส่งเสริมให้มีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนางาน 3) องค์กรสนับสนุนให้พัฒนาตนเอง และพัฒนางานเพื่อประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น

2.5.3 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) องค์กรให้ความสำคัญกับสมาชิก โดยถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่า 2) องค์กรเปิดโอกาสและกระตุ้นให้

สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็นในการทำงาน 3) องค์กรสร้างความรู้สึกร่วมกันของสมาชิกให้ทำงานด้วยความกระตือรือร้นและเกิดความคิดสร้างสรรค์

2.5.4 การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่าง ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ในประเด็นดังนี้

- 1) องค์กรให้ความสำคัญต่อสัมพันธภาพของเพื่อนร่วมงานในลักษณะเหมือนครอบครัวเดียวกัน
- 2) มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน 3) องค์กรเปิดโอกาสให้มีการแบ่งปันความคิด และสามารถเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

2.6 บุคลิกภาพเชิงรุก ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ ในประเด็นดังนี้ 1) เป็นผู้ที่มีความริเริ่มในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ 2) มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา 3) มีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี 4) สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

2.7 การรับรู้ความสามารถของตนเอง ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ ในประเด็นดังนี้

- 1) เชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้ 2) สามารถค้นหาแนวทาง เพื่อแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) มั่นใจว่าท่านสามารถจัดการกับปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้ 4) เชื่อว่าสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากได้

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ในส่วนนี้อธิบายการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

- 1) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1.1 การสร้างเครื่องมือการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถามและกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปร ซึ่งใช้เป็นแนวทางสำหรับการสร้างข้อคำถาม

1.1.2 จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการวิจัยและครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา ด้วยการสร้างตัวชี้วัดสำหรับตัวแปรสังเกตที่ศึกษาทั้งหมด 24 ตัวแปร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะ ประกอบด้วย ตัวชี้วัดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ตัวชี้วัดผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และตัวชี้วัดปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานต่อไป

1.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

1.1.4 ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้ให้คำแนะนำ จากนั้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือให้ถูกต้อง และครอบคลุม เนื้อหาของการวิจัย โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านนวัตกรรม หรือด้านบริหารธุรกิจ ได้แก่

1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิสุทธิ์ สุขบำรุง อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

2) ดร. สรณ โภชนจันทร์ อาจารย์ประจำหลักสูตร ปริญญาโท-เอก สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธ์พสุตม์ สารนุวัฒน์ อาจารย์ประจำหลักสูตร MBA มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

1.1.5 ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 5 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 7 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (close-ended questionnaire) และเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ ประเภท/ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยราชภัฏที่สังกัด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบ มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย บรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์

บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 38 ข้อ

1.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดในการวิจัย ตลอดจนนิยามศัพท์ปฏิบัติการของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยที่สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) ซึ่งผ่านการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการวัดทั้งหมด และนำมาปรับปรุงข้อคำถาม จากนั้นหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยค่า IOC (Item of Objective Congruence Index) จากนั้นประมวลความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายข้อคำถาม โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามได้ (Rovinelli & Hambleton, 1976) ทั้งนี้ พบว่าค่าดังกล่าวอยู่ที่ 0.66 – 1.00

1.3.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient: α) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach Method) (Cronbach, 1990) โดยนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (try out) กับบุคลากรสายวิชาการ ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคกลาง ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยทุกตัวแปรต้องมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่น และสามารถยอมรับได้ตามหลักสถิติ (Hair et al., 2010) จากการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์รวมที่ 0.948 และค่าสัมประสิทธิ์ของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.942 – 0.950 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทุกตัวมีค่าความเที่ยงสูงกว่าเกณฑ์ (Nunnally, 1978) โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน

ตัวแปร	จำนวน ข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา Cronbrach's Alpha)	ค่า AVE	ค่า Standardized Factor Loading
1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ เชิงนวัตกรรม (ICP)			0.67	
1.1 ทักษะการคิดนอกกรอบ (LTS)	3	0.947		0.82
1.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (CL)	3	0.946		0.84
1.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างสรรค์ (CKS)	3	0.945		0.78
1.4 การบูรณาการทางเทคโนโลยี (TI)	3	0.950		0.79
1.5 การพัฒนากระบวนการคิด สร้างสรรค์ (CPD)	3	0.948		0.86
2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB)			0.72	
2.1 การสร้างความคิดใหม่ (IG)	3	0.948		0.83
2.2 การนำความคิดไป ประยุกต์ใช้ (IIM)	3	0.946		0.79
2.3 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CI)	3	0.946		0.93
3. ผลการปฏิบัติงานเชิง นวัตกรรม (IP)	6	0.946	0.68	
4. บรรยากาศองค์กร (OC)			0.69	
4.1 สิ่งจูงใจขององค์กร (OI)	3	0.945		0.75
4.2 งานที่มีความท้าทาย (CW)	3	0.943		0.87
4.3 ความพร้อมของทรัพยากร (RR)	3	0.942		0.78
4.4 อิสระในงาน (WA)	3	0.945		0.83

ตารางที่ 7 สรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน ข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา Cronbrach's Alpha)	ค่า AVE	ค่า Standardized Factor Loading
4.5 การส่งเสริมของหัวหน้างาน (SE)	3	0.944		0.88
4.6 บรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมของทีมงาน (TCI)	3	0.944		0.87
5. วัฒนธรรมองค์กรแบบ สร้างสรรค์ (COC)			0.73	
5.1 การมุ่งเน้นความสำเร็จ (AO)	3	0.943		0.87
5.2 การตระหนักถึงศักยภาพของ บุคคล (SA)	3	0.943		0.84
5.3 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (PM)	3	0.944		0.82
5.4 การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ ระหว่างสมาชิก (IR)	3	0.944		0.78
6. บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)	4	0.947	0.68	
7. การรับรู้ความสามารถของ ตนเอง (SE)	4	0.947	0.71	

1.3.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) โดยใช้วิธีการ ตรวจสอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อตรวจสอบโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและ ตัวแปรสังเกตได้ว่าสอดคล้องกับกรอบแนวคิดหรือไม่ และเพื่อยืนยันโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ของทุกตัวแปรสังเกตควรมีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรสังเกตดังกล่าวสามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้ดี (Hair et al., 2010) และตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) โดยพิจารณาในแต่ละ Construct ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average variance extracted: AVE) ที่มากกว่า 0.5 (Fornell & Larcker, 1981) โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 7

1.3.4 การตรวจสอบความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) โดยดำเนินการทดลองใช้แบบสอบถาม (try out) ครั้งที่ 2 กับบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 250 คน มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างวิจัย เพื่อตรวจสอบความเที่ยงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือการวิจัย ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ด้วยการประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood) ซึ่งจำนวน 250 คน ถือเป็นจำนวนกลุ่มทดลองมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้เทคนิคนี้ (Hair et al., 2010) โดยพิจารณาค่า CMIN/DF มีค่าระหว่าง 2-5 (Marsh & Hocevar, 1985) ค่า Comparative Fit Index (CFI) มีค่า 0.9 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) และค่า Root-Mean-Square Error of Approximation (RMSEA) ไม่เกิน 0.1 (Browne & Cudeck, 1993) โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองของกลุ่มทดลอง 2

แบบจำลอง	χ^2	CMIN/DF	CFI	RMSEA
1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP)	352.16	2.97	0.95	0.088
2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB)	124.30	3.81	0.90	0.093
3. ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)	311.56	3.03	0.94	0.091
4. บรรยากาศองค์กร (OC)	202.26	3.62	0.92	0.095
5. วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC)	225.37	3.31	0.92	0.094
6. บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)	519.85	3.53	0.92	0.097
7. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SE)	122.04	1.29	0.99	0.035

หมายเหตุ: $N=250$, All χ^2 = Chi-Square Values are significant at $p < .05$, CMIN= χ^2 , DF=Degrees of freedom, CFI=Comparative Fit Index, RMSEA=Root-Mean-Square Error of Approximation.

2) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เป็นเครื่องมือเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ร่วมกับและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participate observation) กับบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รายละเอียดดังนี้

2.1 การสร้างเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จึงจำเป็นต้องมีความไวในเชิงทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) ดังนั้นในการพัฒนาแนวคำถาม (Interview Guidelines) ในแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถพัฒนาแนวคำถามให้สอดคล้องกับตัวแบบและวัตถุประสงค์ของการวิจัยและร่างข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ติความ และสรุปประเด็นเพื่อตอบคำถามการวิจัย

2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (credibility) ของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบด้วยเทคนิควิธีสามเส้า (ชาย โพธิ์สิตา, 2554) ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ติความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยแค่เพียงใด มีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การใช้ทฤษฎีมากกว่า 1 ทฤษฎี ผู้วิจัยใช้ 2 ทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential Theory of creativity) 2) ทฤษฎีทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) เพื่อเป็นแนวทางนำไปสู่การตีความเพื่อให้ความหมายแก่ข้อมูลที่วิเคราะห์

2.2.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Triangulation of sources) คือ การใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งภายใต้วิธีการเดียวกัน ด้วยการสัมภาษณ์ในประเด็นเดียวกัน และสัมภาษณ์ในเรื่องเดียวกัน กับบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จำนวน 11 คน เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ด้านแหล่งข้อมูลทั้งตัวบุคคลและสถานที่ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงสถานที่และบุคคล

2.2.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methods triangulation) คือการใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) ตลอดจนการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกว่ามีสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือไม่ ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi – structured interview) ซึ่งมีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยกำหนดขึ้นสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ตอนที่ 3 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์
เชิงนวัตกรรม

ตอนที่ 4 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ตอนที่ 5 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์
เชิงนวัตกรรม

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากสร้างและทดสอบเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณและข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ รายละเอียดดังนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

1.1 ดำเนินการขอหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ไปยังมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ทั้ง 8 มหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

1.2 ดำเนินการจัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมแบบสอบถาม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบแบบสอบถาม ได้แก่ แบบสอบถามที่ส่งไปทางไปรษณีย์ การตอบทางออนไลน์โดยเข้าลิงก์ และการตอบโดยสแกนคิวอาร์โค้ด โดยจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 480 ฉบับ ตามเกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ขนาด 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต (Hair et al.,2010) ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2565 ถึงเดือน ตุลาคม 2565 ซึ่งแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือวิจัยผ่านการพิจารณาการขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (เลขที่ใบรับรอง COE 65.0704-108) ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัย ได้ส่งแบบสอบถามไปครบระยะเวลา 45 วัน ผู้วิจัยได้ติดตามการตอบกลับ เพื่อให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมาให้มากที่สุดภายในระยะเวลาที่กำหนด

1.3 ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน โดยหลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ มีแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้งสิ้น 473 ฉบับ โดยตอบกลับทางไปรษณีย์มากที่สุด จำนวน 369 ฉบับ และตอบกลับทางออนไลน์โดยเข้าลิงก์และสแกนคิวอาร์โค้ด จำนวน 104 ฉบับ

1.4 ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์ จำนวน 420 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 87.5 โดยมีแบบสอบถามที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์จำนวน 53 ฉบับ แบ่งเป็นแบบสอบถามที่ไม่เข้าเกณฑ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 31 ฉบับ และแบบสอบถามที่มีความถูกต้องและ

สมบูรณ์น้อยกว่าร้อยละ 95 จำนวน 22 ฉบับ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์เพื่อวิเคราะห์ต่อไป โดยรายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ แสดงดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 รายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

รายละเอียดการเก็บแบบสอบถาม	จำนวน (ฉบับ)
แบบสอบถามที่จัดส่งทางไปรษณีย์	480
แบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับ	473
แบบสอบถามที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์	53
แบบสอบถามที่มีเนื้อหาถูกต้องสมบูรณ์	420
อัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม	คิดเป็นร้อยละ 87.5

2) การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.1 การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามวิธีการศึกษาเฉพาะกรณีโดยเลือกสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีความเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูล (ชาย โพรธิสิตา, 2556) กับบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้และความสามารถในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเป็นอย่างดีทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ผลอย่างสมบูรณ์ในการวิจัยนี้

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participate Observation)

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้จัดการเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ แนวคำถาม การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เครื่องบันทึกเสียง และสมุดจดบันทึก

2.4 การพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยดำเนินการขอรับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยผ่านการพิจารณาการขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (เลขที่ไปรับรอง COE 65.0704-108) และทำหนังสือขออนุญาตจากมหาวิทยาลัยเพื่อเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เนื่องจากข้อมูลที่จะได้รับมีความเกี่ยวข้องกับตัวบุคคล ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความยินยอมของผู้ให้ข้อมูลหลัก และการรักษาความลับข้อมูล โดยก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ชี้แจงถึงความเป็นมาวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขั้นตอนการศึกษา รายละเอียดการนำข้อมูลไปใช้ และแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทราบว่า การสัมภาษณ์นี้เป็นความลับ ซึ่งไม่มีการเปิดเผยชื่อหรือข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลหลัก และจะใช้นามแฝงในรายงานการ

วิจัย เพื่อเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลหลัก (ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์, 2556) และก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกภาพและเสียงการสัมภาษณ์โดยผู้ให้สัมภาษณ์สามารถปฏิเสธการบันทึกภาพและเสียงได้ตลอดระยะเวลาที่มีการสัมภาษณ์ การจดบันทึกข้อความ และจะทำลายข้อมูลเมื่อสิ้นสุดการวิจัย และให้สิทธิ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักในการตัดสินใจให้สัมภาษณ์หรือถอนตัวจากการให้สัมภาษณ์ได้อย่างอิสระ ส่วนการนำข้อมูลไปใช้ในการอภิปรายหรือการตีพิมพ์เผยแพร่ ผลการวิจัยจะนำเสนอเป็นข้อมูลส่วนรวมในเชิงวิชาการเท่านั้น

6. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดการกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวม ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเครื่องมือ และทำการใส่รหัส เพื่อใช้ในการแปลผล จากนั้นจึงนำมาประมวลผลโดยใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การจัดการกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ รายละเอียดดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลค่าระดับความคิดเห็นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม บรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามเป็นระดับความคิดเห็นตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีการของ ลิเคิร์ต (Likert, 1961) รายละเอียดดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดค่าให้เท่ากับ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดค่าให้เท่ากับ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดค่าให้เท่ากับ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดค่าให้เท่ากับ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดค่าให้เท่ากับ 1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความเห็นในระดับน้อยที่สุด

1.3 การวิเคราะห์ทดสอบความเที่ยงและความเที่ยงตรงของแบบจำลองการวัด เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยใช้ซอฟต์แวร์ SmartPLS หรืออาจเรียกว่า PLS-SEM ที่เป็นกลุ่มที่ใช้ความแปรปรวนเป็นฐาน (Variance-Based SEM: VB-SEM) เป็นสมการโครงสร้างกำลังน้อยที่สุดซึ่งส่งผลให้การวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนมีค่าน้อยที่สุด และวิเคราะห์ค่าสถิติคร่าวๆ หนึ่งส่วน เป้าหมายสำคัญคือการสร้างและพัฒนาทฤษฎี โดยซอฟต์แวร์ในกลุ่ม VB-SEM ใช้งานง่ายแต่มีประสิทธิภาพสูง ไม่ว่าจะตัวแบบจะมีตัวแปรกำกับหรือตัวแปรแทรก (มนตรี พิริยะกุล, 2559; Reinartz, Haenlein & Henseler, 2009) อีกทั้งไม่มีข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) เกี่ยวกับการแจกแจงข้อมูลหรือการกระจายตัวของข้อมูล (Vinzi et al., 2010) ตัวแบบสมการโครงสร้างของ PLS-SEM ประกอบด้วย แบบจำลองโครงสร้าง (Inner Model หรือ Structural Model) และ แบบจำลองการวัด (Outer Model หรือ Measurement Model) โดยแบบจำลองการวัดมี 2 ชนิด ได้แก่ แบบจำลองการวัดชนิดองค์ประกอบ (Formative) และแบบจำลองการวัดชนิดสะท้อน (Reflective) การประเมินคุณภาพของแบบจำลองการวัดแต่ละชนิดมีทั้งส่วนที่เหมือนกันและต่างกัน รายละเอียดดังนี้

1.3.1 การตรวจสอบคุณภาพแบบจำลองการวัดชนิดองค์ประกอบ (Formative) มี 3 อย่าง ได้แก่ 1) ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) 2) การตรวจสอบสภาวะร่วมเส้นตรง (Collinearity) และ 3) ความเกี่ยวข้องกัน (Relevance) ซึ่งทุกตัวแปรแฝงจะต้องผ่านเกณฑ์ทั้ง 3 อย่าง

1.3.2 การตรวจสอบคุณภาพแบบจำลองการวัดชนิดสะท้อน (Reflective) มี 3 อย่าง ได้แก่ 1) ความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) โดยการทดสอบความเที่ยงภายใน (Internal Consistency Reliability) พิจารณาจากค่าความเที่ยงคอมโพสิต (Composite reliability: CR) และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient: α) นอกจากนี้แล้วยังต้องทดสอบค่าความเที่ยงของตัวชี้วัด (Indicator Reliability: IR) 2) ความตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) และ 3) ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) เนื่องจากตัวแปรสร้าง (Constructs) ที่ต่างกันไม่ควรมีความสัมพันธ์กันสูง (จักรกรกฤษณ์ โปณะทอง, 2560; Wong, 2013)

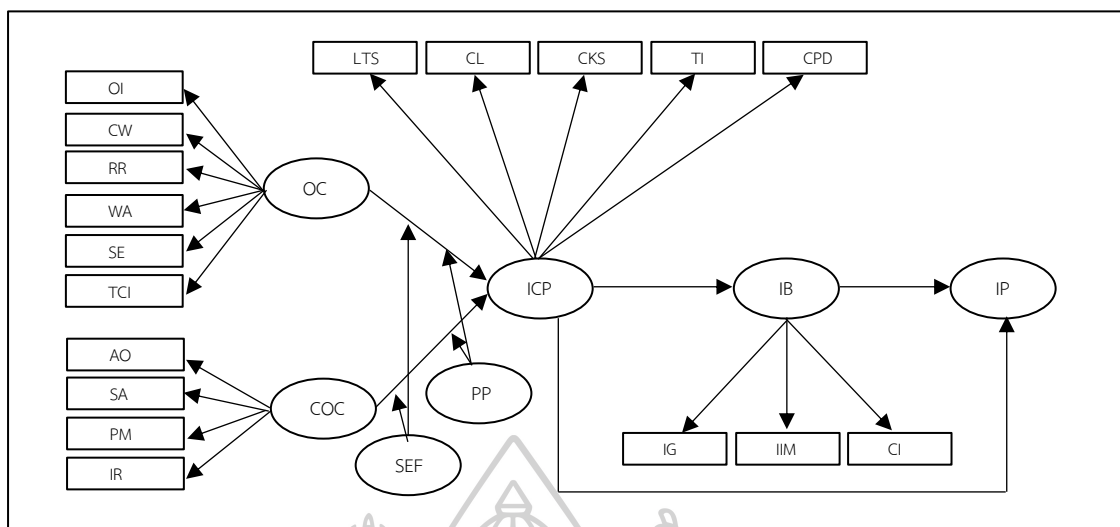
1.3.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อทดสอบยืนยันว่าตัวแปรสังเกตสามารถวัดตัวแปรแฝง โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสองอันดับ (Second Order Confirmatory Factor Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การพัฒนาตัวแบบการวัด (Measurement Model) จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยตัวแบบการวัด ได้แก่ 1) ตัวแบบการวัดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 2) ตัวแบบการวัดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม 3) ตัวแบบการวัดผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 4) ตัวแบบการวัดบรรยากาศองค์กร 5) ตัวแบบการวัดวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ 6) ตัวแบบการวัดบุคลิกภาพเชิงรุก และ 7) ตัวแบบการวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อทดสอบยืนยันตัวแปรสังเกตสามารถวัดตัวแปรแฝง โดยการตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement Model)

1.3.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ โดยใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ และความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การพัฒนาตัวแบบการวัดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม แสดงรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 13 ตัวแบบสมการโครงสร้างคักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

2) การตรวจสอบแบบจำลองการวัด โดยแบบจำลองการวัดชนิดองค์ประกอบ(Formative) พิจารณาค่า ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) การตรวจสอบสภาวะร่วมเส้นตรง (Collinearity) และ ความเกี่ยวข้องกัน (Relevance) แบบจำลองการวัดชนิดสะท้อน (Reflective) พิจารณาค่า ความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) ความตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) และ ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity)

3) การวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมต่อผลลัพธ์ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ตลอดจนอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่แทรกในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

2. การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ รายละเอียดดังนี้

2.1 การจัดกระทำข้อมูล โดยเริ่มจากการศึกษาการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) (ชาย โปธิสิตา, 2556) กล่าวคือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยการตรวจสอบแหล่งข้อมูล ทั้งในแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล (สุภางค์ จันทรวานิช, 2556)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเป็นการบรรยายความจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (สุภาวงศ์ จันทรวานิช, 2556) ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ได้แก่

1) การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) คือ การเลือกหาจุดที่น่าสนใจ เพื่อให้เข้าใจง่าย มีการสรุปย่อ ปรับข้อมูลดิบที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) การแสดงข้อมูล (Data Display) คือ กระบวนการวิเคราะห์ การเลือกเฟ้นข้อมูล ตัวอย่างอันจะนำไปสู่การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาต่อไป โดยการแสดงข้อมูล ใช้การเขียนพรรณนาจากข้อเท็จจริงเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทั้งนี้ ในการอ้างอิงชื่อผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นชื่อสมมติแทนชื่อจริงของผู้ให้ข้อมูล

3) การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) เป็นการสังเคราะห์ข้อความย่อย ๆ เข้าด้วยกันเป็นบทสรุป และการตรวจสอบยืนยันเป็นผลสรุปการวิจัยขั้นตอนสุดท้าย (นิศา ชูโต, 2551)

2.3 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพมาดำเนินการบูรณาการและเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อนำมาสร้างข้อสรุปและเขียนรายงานการวิจัยต่อไป

7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ มีรายละเอียดดังนี้

1) สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย แบบจำลองสมการโครงสร้างเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับกระบวนการของการสร้างหรือพัฒนาทฤษฎี และได้กลายเป็นหนึ่งของมาตรฐานในการวิจัย (Hair et al., 2012) ซึ่งการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างเป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝง (latent variable) หลายๆ ปัจจัยพร้อมกัน หรือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปรรุ่นที่สอง (Second-generation) ที่นิยมใช้ (Chin, 1996) ผู้วิจัยใช้ซอฟต์แวร์ SmartPLS ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ความแปรปรวนเป็นฐาน (Variance-Based SEM: VB-SEM) เป็นสมการโครงสร้างกำลังน้อยที่สุด ทำให้การวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนมีค่าน้อยที่สุด และวิเคราะห์ค่าสถิติคร่าวๆ หนึ่งส่วน เป้าหมายสำคัญคือการสร้างและพัฒนาทฤษฎี ซึ่งซอฟต์แวร์ในกลุ่ม VB-SEM ใช้งานง่าย ไม่ว่าตัวแบบจะมีตัวแปรกำกับหรือตัวแปรแทรก (Reinartz, Haenlein & Henseler, 2009) ผู้วิจัยจัดซื้อซอฟต์แวร์ SmartPLS license keys: QTJQA-DR67V-G4FR3-QSUTN-72TAS-NUQKA-A9IEP-22GSS-2DYZP-GA4C9-SP9JI เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดดังนี้

1.1 สถิติพื้นฐาน เพื่อใช้บรรยายคุณลักษณะของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ การตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค IOC (Index of Item Object Congruence) จากการประเมินคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Standardized Factor Loading)

1.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบความเที่ยงและความตรงของแบบจำลองการวัด ซึ่งตัวแบบสมการโครงสร้างของ PLS-SEM ประกอบด้วย แบบจำลองโครงสร้าง (Inner Model หรือ Structural Model) และ แบบจำลองการวัด (Outer Model หรือ Measurement Model) โดยแบบจำลองการวัดมี 2 ชนิด ได้แก่ แบบจำลองการวัดชนิดองค์ประกอบ (Formative) และแบบจำลองการวัดชนิดสะท้อน (Reflective) การประเมินคุณภาพของแบบจำลองการวัดแต่ละชนิดมีทั้งส่วนที่เหมือนกันและต่างกัน (มนตรี พิริยะกุล 2559; Wong, 2013) ประกอบด้วยสถิติพื้นฐานดังนี้

1.3.1 สถิติที่ใช้วิเคราะห์คุณภาพแบบจำลองการวัดชนิดองค์ประกอบ (Formative) มี 3 อย่าง ได้แก่ 1) ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) ซึ่งตัวชี้วัดหรือข้อคำถามในประเด็นเดียวกันก็ควรที่จะมีความแปรปรวนร่วมที่จะสามารถอธิบาย Constructs เดียวกัน โดยวัดความสามารถพยากรณ์ของตัวแปรสร้างจากการวิเคราะห์ความซ้ำซ้อน (Redundancy Analysis) สามารถทำได้สำหรับตัวแปรแฝงแต่ละตัวแยกกัน โดยอยู่ในรูปแบบเป็นตัวแปรแฝงภายนอก โดยจำเป็นจะต้องสร้างอีกหนึ่งตัวแปรที่เป็นตัวแทนที่จะใช้ในการทดสอบ (Hair et al., 2013) 2) การตรวจสอบสถานะร่วมเส้นตรง (Collinearity) พิจารณาค่า Variance Inflation Factor หรือ VIF เป็นความสัมพันธ์ของตัวแปร X ตัวหนึ่งโดยการถดถอยบนต้นแปร X อื่น ๆ ซึ่งค่าต้องน้อยกว่า 5 การตรวจสอบสถานะร่วมเส้นตรงเป็นการตรวจสอบตัวแปรอิสระที่ไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูงถือเป็นข้อกำหนดที่สำคัญของการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ซึ่งตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูง เนื่องจากถ้าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูงส่งผลให้เกิดสถานะร่วมเส้นตรง ทำให้ตัวแปรอิสระบางตัวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งๆ ที่ควรจะมี หรืออาจจะทำให้เครื่องหมายความสัมพันธ์สลับจากความเป็นจริง และ 3) ความเกี่ยวข้องกัน (Relevance) พิจารณาที่ค่า T-statistics ที่แสดงใน Outer weights และ Outer loading ถ้าไม่มีนัยสำคัญทั้งสองแสดงว่าการทดสอบความเกี่ยวข้องกันไม่ผ่านเกณฑ์จำเป็นจะต้องตัดข้อคำถามนั้นออก ซึ่งถ้า Outer Weights ของตัวชี้วัดมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าผ่านเกณฑ์คุณภาพ สามารถคงตัวชี้วัดนั้นไว้ในแบบจำลองการวัด แต่ถ้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ให้ไปพิจารณาที่ค่า Outer Loading ถ้ามีค่ามากกว่า 0.5 หรือมี

นัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถคงตัวซ้ำได้ในแบบจำลองการวัดได้ แต่ต่ำกว่า .5 หรือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องตัดตัวชี้วัดนั้นออกจากแบบจำลองการวัด (จักรกฤษณ์ โปณะทอง, 2560; Wong, 2013)

1.3.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์คุณภาพแบบจำลองการวัดชนิดสะท้อน 3 อย่าง ได้แก่

1) ความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) โดยการทดสอบความเที่ยงภายใน (Internal Consistency Reliability) พิจารณาจากค่าความเที่ยงคอมโพสิต (Composite reliability: CR) และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient: α) เป็นการหาความเที่ยงโดยใช้แบบสอบถามเพียงชุดเดียว และผู้ตอบแบบสอบถามตอบเพียงครั้งเดียวเช่นกัน หากมีค่าความสอดคล้องมากจะได้ค่าสัมประสิทธิ์สูงตามไปด้วย แสดงว่า คำถามในแบบสอบถามวัดในประเด็นเดียวกัน นอกจากนั้นแล้วยังต้องทดสอบค่าความเที่ยงของตัวชี้วัด (Indicator Reliability: IR) คือ ความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ เป็นค่าความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้โดยตัวแปรแฝง

2) ความตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) คือระดับความคล้ายคลึงกันของแบบจำลองวัดที่ควร จะมีความคล้ายคลึงกันตามทฤษฎี พิจารณา Average variance extracted หรือ AVE และ 3) ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) นักวิชาการและนักวิจัยได้ใช้ตาราง Fornell-Larcker Criterion (1981) ซึ่งเป็นตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยค่าในแถวแยงของตัวแปร สร้างมีค่ามากกว่าทุกค่าในแถวอนและแถวตั้ง แสดงให้เห็นว่าแต่ละ Constructs ทุกตัวมีความตรงเชิงจำแนก นอกจากนั้นค่าที่ใช้ในการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงจำแนกคือ องค์กรประกอบที่มีความสัมพันธ์ตรงกัน (Cross Loading) หากผ่านเกณฑ์แสดงให้เห็นว่า Constructs ที่ต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กันสูง และมีความสัมพันธ์สูงกับตัวชี้วัดของตัวแปรมันเองเท่านั้น แสดงถึงตัวแปรสร้างนั้นมีความตรงเชิงจำแนก คือ จำแนกตัวแปรได้ไม่ซ้ำซ้อนกับตัวแปรอื่น (จักรกฤษณ์ โปณะทอง, 2560; Wong, 2013)

2) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยซอฟต์แวร์ SmartPLS3 เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งเป็นเทคนิคสำหรับการวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝง (latent variable) หลายๆ ปัจจัยพร้อมกัน หรือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปรรุ่นที่สอง (Second-generation) ที่นิยมใช้ (Chin, 1996) ซึ่งอยู่กลุ่มที่ใช้ความแปรปรวนเป็นฐาน (Variance-Based SEM: VB-SEM) เป็นสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดส่งผลให้การวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนมีค่าน้อยที่สุด และวิเคราะห์ค่าสถิติคร่าวละหนึ่งส่วน เป้าหมายสำคัญคือการสร้างและพัฒนาทฤษฎี เหตุผลที่ใช้ SmartPLS เนื่องจากเหมาะกับการวิจัยครั้งนี้ เพราะว่าการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรแทรก

(มนตรี พิริยะกุล, 2559; Reinartz, Haenlein & Henseler, 2009) อีกทั้งไม่มีข้อตกลงเบื้องต้น (assumption) เกี่ยวกับการแจกแจงข้อมูลหรือการกระจายตัวของข้อมูล (Vinzi et al., 2010)

2.2 ตัวแบบสมการโครงสร้างของ PLS-SEM ประกอบด้วย แบบจำลองโครงสร้าง (Inner Model หรือ Structural Model) และ แบบจำลองการวัด (Outer Model หรือ Measurement Model) มีขั้นตอนการวิเคราะห์วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (PLS Algorithm stages) มี 3 ขั้นตอน คือ 1) ประมาณค่าตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแฝงทั้งหมด 2) จากคะแนนของตัวแปรแฝง ขั้นตอนที่ 1 คำนวณค่าอิทธิพล (Path estimation) ระหว่างตัวแปรแฝง (Structural model) และค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ (Measurement model) และ 3) ขั้นตอนที่สุดท้าย คือ การคำนวณค่าเฉลี่ยและประมาณค่าพารามิเตอร์ ของตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง การประเมินคุณภาพแบบจำลองหรือโมเดลใช้สถิติความแม่นยำในการพยากรณ์ (R^2) ขนาดของผลกระทบในการพยากรณ์ (f^2) และขนาดของความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์ (q^2) โดยสถิติที่คำนวณได้ถือว่ามีขนาดเล็กน้อยที่สุดหรือเป็นการพยากรณ์ที่มีความแม่นยำมากที่สุด (จักรกฤษณ์ โปณะทอง, 2560; Wong, 2013)

2.3 การประเมินแบบจำลองโครงสร้าง (Inner Model หรือ Structural Model) ประกอบด้วย 3 การทดสอบ ได้แก่ การทดสอบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ การทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง และการทดสอบความสัมพันธ์ของแบบจำลองเชิงโครงสร้าง มีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

2.3.1 การทดสอบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient determinant) หรือ R^2 เป็นตัวชี้วัดความแม่นยำของการทำนาย การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ อธิบายได้จากสัดส่วนของค่าความแปรปรวนของตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรแฝงภายในที่อธิบายด้วยตัวแปรอิสระ ค่าสัมประสิทธิ์ R^2 (R-square) มีค่าระหว่าง 0-1 ถ้าหาก $R^2 = .75$ ถือว่าความแม่นยำของการพยากรณ์สูง $R^2 = .5$ แสดงว่ามีความแม่นยำในการพยากรณ์ในระดับปานกลาง และ $R^2 = .25$ มีความแม่นยำในการพยากรณ์ต่ำ แต่ถ้าหาก $R^2 < .25$ แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่สามารถอธิบายค่าความแปรปรวนตัวแปรตามได้ (Hair et al., 2014)

2.3.2 การทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficients) ของแบบจำลองโครงสร้าง เป็นการอธิบายถึงต้นแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม แสดงถึงค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 เมื่อไหร่ที่ค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่แข็งแกร่ง ในทางตรงกันข้ามหากค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบที่แข็งแกร่ง การใช้ซอฟต์แวร์ PLS-SEM ทดสอบที่ไม่มีเงื่อนไขการแจกแจงของข้อมูลแบบปกติ ดังนั้นในการคำนวณค่า t-test จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการ Bootstrapping เป็นการใช้เทคนิคการสุ่มซ้ำ คือการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบใส่คืนจึงมีโอกาสที่จะสุ่มได้ข้อมูลเดิม เพื่อนำมาสร้างเป็นชุดข้อมูลใหม่ ในงานวิจัยนี้กำหนดจำนวน 500 ชุด ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีนัยสำคัญทาง

สถิติ .05 $p < .05$ และ T-statistics มีค่าสูงกว่า 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยหรือยอมรับสมมติฐานนั่นเอง (Hair et al., 2014; มนตรี พิริยะกุล, 2553)

2.3.3 การทดสอบความสัมพันธ์ของแบบจำลองเชิงโครงสร้าง พิจารณาจากค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) คือ ค่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ทำการพิจารณาทั้งอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) จากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเพื่อตรวจสอบว่าอิทธิพลที่มีผลต่อตัวแปรตามนั้นเกิดจากค่าอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมมากกว่า และจะทำให้ทราบว่าเมื่อต้องการศึกษาตัวแปรตามนั้นๆ ควรจะศึกษาอิทธิพลแบบทางตรงหรือทางอ้อมที่ผ่านตัวแปรสื่อกลาง (Hair et al., 2014; มนตรี พิริยะกุล, 2559)

3) การรายงานผลสถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยใช้ซอฟต์แวร์ SmartPLS เป็นกลุ่มที่ใช้ความแปรปรวนเป็นฐาน (Variance-Based SEM: VB-SEM) ซึ่งเป็นสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุด ทำให้การวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนมีค่าน้อยที่สุด และวิเคราะห์ค่าสถิติคร่าวละหนึ่งส่วน หรือเรียกว่า PLS-SEM โดยการรายงานผลการศึกษาคควรมี 3 ประเภท คือ 1) รายงานค่าสถิติของแบบจำลองการวัด (Measurement Model) 2) รายงานค่าสถิติของแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model) และ 3) คุณภาพโมเดลภาพรวม แสดงความเข้ากันดีของข้อมูลกับแบบจำลอง (Model Fit) (ฉันทะ จันทะเสนา, 2563) โดยสามารถสรุปเกณฑ์การวัดได้ดังตารางที่ 10-11

3.1) รายงานค่าสถิติของแบบจำลองการวัด (Measurement Model)

ตารางที่ 10 เกณฑ์วัดแบบจำลองการวัด (Measurement Model)

การวัด	เกณฑ์
Reflective measurement models	
Reflective indicator loadings	≥ 0.708 (Hair et al., 2019)
Internal consistency reliability	Cronbach Alpha > 0.70 (Hair et al., 2010)
Convergent validity	AVE > 0.50 (Hair et al., 2019)
Discriminant validity	ค่า AVE ของแต่ละตัวแปรสร้างควรมากกว่าค่าสหสัมพันธ์ของ AVE ระหว่างตัวแปรสร้าง (Fornell-Larcker Criterion, 1981) HTMT > 0.85 (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 10 เกณฑ์วัดแบบจำลองการวัด (Measurement Model) (ต่อ)

การวัด	เกณฑ์
Formative measurement models	
Convergent validity (redundancy analysis)	≥ 0.70 correlation (Hair et al., 2019)
Collinearity (VIF)	VIF < 5 (Hair et al., 2019)
Relevance of indicators with a significant weight	ค่า weight มีนัยสำคัญ
Relevance of indicators with a non-significant weight	ถ้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ให้ไปพิจารณาที่ค่า Outer Loading ที่มีค่ามากกว่า 0.5 (Hair et al., 2019)

3.2) รายงานค่าสถิติของแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model)

ตารางที่ 11 เกณฑ์วัดแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model)

การวัด	เกณฑ์
ความแม่นยำในการพยากรณ์ (R^2)	0.25 มีขนาดเล็ก, 0.50 มีขนาดกลาง, 0.75 มีขนาดใหญ่ (Hair et al., 2014)
ขนาดผลกระทบการพยากรณ์ระหว่างตัวแปรแฝง (f^2)	0.02 มีขนาดเล็ก, 0.15 มีขนาดกลาง, 0.35 มีขนาดใหญ่ (Cohen, 1992)
Path coefficient	ขนาด > 1.96 เครื่องหมายบวก และมีนัยสำคัญ (Hair et al., 2010)

3.3) คุณภาพโมเดลภาพรวม แสดงความเข้ากันดีของข้อมูลกับแบบจำลอง (Model Fit) การพิจารณาคุณภาพโมเดลภาพรวม ทดสอบด้วยวิธี Bootstrap ของ Bollen and Strine (1992) วัดพารามิเตอร์ 3 ชนิด คือ ความคาดเคลื่อนกำลังสองน้อยที่สุดไม่ถ่วงน้ำหนัก (The Unweighted Least Squares Discrepancy: d_{ULS}) ความคาดเคลื่อนจากรูปร่าง (The Geodesic Discrepancy: d_G) และค่ามาตรฐานรากที่สองของความคาดเคลื่อนกำลังสอง (Standardized Root Mean Squared Residual: SRMR) โดยวัดปริมาณความเข้มแข็งของเมตริกสหสัมพันธ์เชิงประจักษ์ที่แตกต่างจากเมตริกสหสัมพันธ์ของโมเดล ถ้าค่าต่ำแสดงว่าโมเดลมีคุณภาพดี (ฉันทะ จันทะเสนา, 2563) หรือพิจารณาค่า SRMR ที่ควรต่ำกว่า 0.10 ถือว่ายอมรับได้ว่าแบบจำลองเหมาะสมกับข้อมูล (Kock & Hadaya, 2018)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม วัตถุประสงค์การวิจัยคือ 1) เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม 2) เพื่อทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 3) เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 4) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 5) เพื่อทดสอบอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 6) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 7) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และ 8) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ซึ่งใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) คือการใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นหลักในการวิจัยและอธิบายเสริมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบแผนการวิจัยเป็นแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (Explanatory Sequential Design) ตามแนวทางของ Creswell (2013) ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเรียงลำดับการนำเสนอตามแผนการวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
 - 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - 1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - 1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและการเตรียมข้อมูลเบื้องต้น
 - 2.1 ผลการตรวจสอบข้อมูลขาดหาย
 - 2.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Outer Model)
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
 - 3.1 ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ

- 3.2 ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง
- 3.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุและปัจจัยผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
- 3.4 ผลทดสอบโมเดลตามสมมติฐานการวิจัย
- 3.5 ผลทดสอบอิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย
- 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
 - 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก
 - 4.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - 4.3 ผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - 4.4 ปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - 4.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม



สำหรับการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดความหมาย คำเฉพาะ ตลอดจน สัญลักษณ์ และอักษรย่อสำหรับแทนค่าทางสถิติและตัวแปรต่าง ๆ ที่ศึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน สามารถสรุปสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล รายละเอียดดังตารางที่ 12 และ 13

1. ชื่อและอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา

ตารางที่ 12 ชื่อและอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา

ชื่อตัวแปร	อักษรย่อ
1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (Innovative Creativity Potential)	ICP
1.1 ทักษะการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking Skills)	LTS
1.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning)	CL
1.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Sharing)	CKS
1.4 การบูรณาการทางเทคโนโลยี (Technology Integration)	TI
1.5 การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process Development)	CPD
2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior)	IB
2.1 การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation)	IG
2.2 การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (Idea Implementation)	IM
2.3 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)	CI
3. ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Innovation Performance)	IP
4. บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate)	OC
4.1 สิ่งจูงใจขององค์กร (Organizational Incentives)	OI
4.2 งานที่มีความท้าทาย (Challenging work)	CW
4.3 ความพร้อมของทรัพยากร (Resource readiness)	RR
4.4 อิสระในงาน (Work autonomy)	WA
4.5 การส่งเสริมของหัวหน้างาน (Supervisory encouragement)	SUE
4.6 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory)	TCI

ตารางที่ 12 ชื่อและอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	อักษรย่อ
5. วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (Constructive Organizational Culture)	COC
5.1 การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Achievement orientation)	AO
5.2 การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (Self-actualization awareness)	SA
5.3 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participative Management)	PM
5.4 การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interpersonal relations)	IR
6. บุคลิกภาพเชิงรุก (Proactive personality)	PP
7. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)	SE

2. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนค่าทางสถิติ

ตารางที่ 13 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนค่าทางสถิติ

ค่าสถิติ	สัญลักษณ์/ อักษรย่อ
1. ค่าเฉลี่ย (Mean)	\bar{X}
2. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	S.D.
3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation)	R
4. นัยสำคัญทางสถิติ (Significant)	Sig
5. ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient determinant) หรือสถิติความแม่นยำในการพยากรณ์	R^2
6. ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted)	AVE
7. ค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (Composite Reliability)	CR
8. ค่าไคสแควร์ (Chi-square)	χ^2
9. ขนาดของผลกระทบในการพยากรณ์	f^2
10. ขนาดของความสัมพันธ์เชิงพยากรณ์	q^2
11. ค่าสถิติทดสอบที (t-value)	t
12. ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-value)	F
13. ค่าความน่าจะเป็น (Probability Value)	p-value

ตารางที่ 13 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนค่าทางสถิติ (ต่อ)

ค่าสถิติ	สัญลักษณ์/ อักษรย่อ
14. ค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	DE
15. ค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)	IE
16. ค่าอิทธิพลรวม (Total Effect)	TE

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายคุณลักษณะ รายละเอียดดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ ประเภท/ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยราชภัฏที่สังกัด รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 14 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 420)

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	117	27.90
	หญิง	303	72.10
	รวม	420	100.00
อายุ	น้อยกว่า 30 ปี	6	1.40
	30 – 40 ปี	175	41.70
	41 - 50 ปี	195	46.40
	มากกว่า 50 ปี	44	10.50
	รวม	420	100.00

ตารางที่ 14 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 420)

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ปริญญาโท	221	52.60
	ปริญญาเอก	199	47.40
	รวม	420	100.00
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์	241	57.40
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	135	32.10
	รองศาสตราจารย์	42	10.00
	ศาสตราจารย์	2	0.50
	รวม	420	100.00
ประเภทตำแหน่ง	พนักงานมหาวิทยาลัย	377	89.80
	ข้าราชการ	43	10.20
	รวม	420	100.00
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ	น้อยกว่า 5 ปี	23	5.50
	5 - 10 ปี	144	34.30
	11 - 15 ปี	132	32.10
	มากกว่า 15 ปี	118	28.10
	รวม	420	100.00
มหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่ตั้ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	74	17.60
	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	59	14.00
	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	43	10.20
	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	58	13.80
	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	57	13.60
	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์	44	10.50
	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	48	11.40
	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	37	8.80
	รวม	420	100.00

จากตารางที่ 14 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 72.10 และเป็นเพศชาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 ตามลำดับ

ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือ อายุ 30 - 40 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 52.60 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 ตามลำดับ

ด้านตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการเป็นอาจารย์ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมาคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 รองศาสตราจารย์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และศาสตราจารย์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ด้านประเภท/ตำแหน่ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย/ลูกจ้าง จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 89.80 และข้าราชการ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

ด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ 5-10 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาคือ 11-15 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 มากกว่า 15 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 และน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ด้านมหาวิทยาลัยราชภัฏที่สังกัด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดอยู่ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ตามลำดับ

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 1) ทักษะการคิดนอกกรอบ 2) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ 4) การบูรณาการทางเทคโนโลยี และ 5) การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 15 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านทักษะการคิดนอกกรอบ (LTS)

(n = 420)

ด้านทักษะการคิดนอก กรอบ	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ใช้วิธีการที่หลากหลาย ในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือแก้ไขปัญหา	204 (48.60)	188 (44.80)	24 (5.70)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.41	0.64	มากที่สุด
2. สร้างมุมมองใหม่ ๆ ค้นหาวิธีการหรือแนว ทางแก้ไขปัญหารูปแบบ ใหม่ ๆ ที่อาจแตกต่าง จากวิธีการเดิม	192 (45.70)	168 (40.00)	56 (13.30)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.30	0.73	มากที่สุด
3. มีวิธีการคิดอย่างอิสระ และไม่ยึดติดกับกรอบ แนวทาง เดิม ๆ	162 (38.60)	203 (38.60)	53 (12.600)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.25	0.69	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.32	0.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 ด้านทักษะการคิดนอกกรอบโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า
 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้วิธีการที่หลากหลายในการสร้างสรรค์ผลงานหรือแก้ไขปัญหา
 ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ การสร้างมุมมองใหม่ ๆ ค้นหาวิธีการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาแบบ
 ใหม่ ๆ ที่อาจแตกต่างจากวิธีการเดิม ($\bar{X} = 4.30$) และการมีวิธีการคิดอย่างอิสระ และไม่ยึดติดกับ
 กรอบแนวทางเดิม ๆ ($\bar{X} = 4.25$)

ตารางที่ 16 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (CL)

(n = 420)

ด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. แสวงหาความรู้ และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	185 (44.00)	191 (45.50)	42 (10.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.33	0.67	มากที่สุด
2. ประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในกระบวนการทำงาน	182 (43.30)	200 (47.60)	38 (9.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34	0.64	มากที่สุด
3. บูรณาการความรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา และความรู้ใหม่ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ	166 (39.50)	215 (51.20)	34 (8.10)	3 (0.70)	2 (0.50)	4.29	0.68	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.31	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในกระบวนการทำงาน ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ การแสวงหาความรู้ และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ($\bar{X} = 4.33$) และการบูรณาการความรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาและความรู้ใหม่ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.29$)

ตารางที่ 17 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์
 (CKS)

(n = 420)

ด้านการแลกเปลี่ยน เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. แบ่งปันมุมมอง และ ประสบการณ์ของท่าน ระหว่างสมาชิกในองค์กร ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน	171 (40.70)	196 (46.70)	49 (11.70)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.27	0.70	มาก ที่สุด
2. แบ่งปันความเชี่ยวชาญ และทักษะต่าง ๆ ผ่านการ ทำงานร่วมกันกับบุคคลอื่น หลากหลายสายงาน เพื่อ ความรู้ที่หลากหลาย	134 (31.90)	239 (56.90)	45 (10.70)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.20	0.64	มาก ที่สุด
3. มีการจัดเก็บและแบ่งปัน ความรู้อย่างเป็นระบบผ่าน คู่มือ วิธีการ รายงาน หรือ เอกสาร ร่วมกับผู้อื่นทั้ง ภายในภายนอกองค์กร	145 (34.50)	198 (47.10)	67 (16.00)	10 (2.40)	0 (0.00)	4.14	0.76	มาก ที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.20	0.58	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณา
 รายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แบ่งปันมุมมอง และประสบการณ์ของท่าน ระหว่างสมาชิกใน
 องค์กร ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ แบ่งปันความเชี่ยวชาญ และ
 ทักษะต่าง ๆ ผ่านการทำงานร่วมกันกับบุคคลอื่นหลากหลายสายงาน เพื่อความรู้ที่หลากหลาย

($\bar{X} = 4.20$) และมีการจัดเก็บและแบ่งปันความรู้อย่างเป็นระบบผ่านคู่มือ วิธีการ รายงาน หรือ เอกสาร ร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในภายนอกองค์กร ($\bar{X} = 4.14$)

ตารางที่ 18 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ คักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการบูรณาการทางเทคโนโลยี (TI)

(n = 420)

ด้านการบูรณาการทางเทคโนโลยี	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. เปิดรับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน	213 (50.70)	175 (41.70)	28 (6.70)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.42	0.66	มากที่สุด
2. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานอยู่เสมอ	186 (44.30)	191 (45.50)	39 (9.30)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.33	0.68	มากที่สุด
3. ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเผยแพร่หรือแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศและความรู้ในการปฏิบัติงาน ให้กับสมาชิกในองค์กร	169 (40.20)	220 (52.40)	27 (6.40)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.31	0.64	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.37	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมด้านการบูรณาการทางเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเปิดรับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและ

สร้างสรรค์ผลงานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.33$) และการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเผยแพร่หรือ
แบ่งปันข้อมูล สารสนเทศและความรู้ในการปฏิบัติงาน ให้กับสมาชิกในองค์กร ($\bar{X} = 4.31$)

ตารางที่ 19 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการพัฒนาระบวนการคิดสร้างสรรค์
(CPD)

(n = 420)

ด้านการพัฒนา กระบวนการคิด สร้างสรรค์	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีการระดมสมอง กับเพื่อนร่วมงาน เพื่อ สร้างสรรค์ความคิด ใหม่ ๆ	172 (41.00)	186 (44.30)	52 (12.40)	10 (2.40)	0 (0.00)	4.23	0.77	มาก ที่สุด
2. มีการฝึกฝนการใช้ ความคิด ฝึกปฏิบัติ และลงมือทำ เพื่อ เสริมสร้างความคิด สร้างสรรค์ให้พัฒนา สูงขึ้น	180 (42.90)	167 (39.80)	69 (16.40)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.24	0.76	มาก ที่สุด
3. พัฒนาระบวนการ ทางความคิด วิธีการ คิด วิธีการเรียนรู้ เพื่อ สร้างแนวทางใหม่ หรือทางเลือก เพื่อ แก้ไขปัญหาอย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้น	157 (37.40)	227 (54.00)	34 (8.10)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.28	0.63	มาก ที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.25	0.62	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ด้านการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณา รายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พัฒนาการกระบวนการทางความคิด วิธีการคิด วิธีการเรียนรู้ เพื่อ สร้างแนวทางใหม่หรือทางเลือก เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมา คือ มีการฝึกฝนการใช้ความคิด ฝึกปฏิบัติ และลงมือทำ เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้พัฒนา สูงขึ้น ($\bar{X} = 4.24$) และมีการระดมสมองกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ ($\bar{X} = 4.23$)

1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 20 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการสร้างความคิดใหม่ (IG)

(n = 420)

ด้านการสร้างความคิด ใหม่	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. สร้างและรวบรวม ความคิด เพื่อให้เกิด แนวความคิดใหม่ และ นำไปพัฒนาผลงานหรือ สร้างนวัตกรรมในการ ทำงาน	165 (39.30)	184 (43.80)	66 (15.70)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.21	0.74	มาก ที่สุด
2. มีการค้นหาข้อมูลจาก หลากหลายแหล่ง และ จัดระเบียบข้อมูลใหม่ เพื่อให้เกิดความคิดที่ หลากหลาย	189 (45.00)	189 (45.00)	35 (8.30)	5 (1.20)	2 (0.50)	4.32	0.72	มาก ที่สุด

ตารางที่ 20 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการสร้างความคิดใหม่ (IG) (ต่อ)

(n = 420)

ด้านการสร้างความคิด ใหม่	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	170 (40.50)	191 (45.50)	54 (12.90)	5 (1.20)	2 (0.50)			
3. เสนอแนะแนวทาง และความคิดใหม่ ๆ ที่มี ความแตกต่างหรือคิด เสริมต่อจากแนวคิดของ ผู้อื่น						4.24	0.74	มาก ที่สุด
	รวมเฉลี่ย					4.26	0.65	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์
เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการสร้างความคิดใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการค้นหาข้อมูลจาก
หลากหลายแหล่ง และจัดระเบียบข้อมูลใหม่ เพื่อให้เกิดความคิดที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมา
คือ เสนอแนะแนวทางและความคิดใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างหรือคิดเสริมต่อจากแนวคิดของผู้อื่น
($\bar{X} = 4.24$) และสร้างและรวบรวมความคิด เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ และนำไปพัฒนาผลงานหรือ
สร้างนวัตกรรมในการทำงาน ($\bar{X} = 4.21$)

ตารางที่ 21 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
พฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (IIM)

(n = 420)

ด้านการนำความคิดไป ประยุกต์ใช้	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. แสวงหาวิธีในการสร้าง ส่งเสริม และนำความคิด สร้างสรรค์ไปใช้ในการ ปฏิบัติงาน	167 (39.80)	208 (49.50)	43 (10.20)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.29	0.66	มาก ที่สุด
2. นำความคิดสร้างสรรค์ เชิงนวัตกรรมไป ประยุกต์ใช้ให้เกิด ประโยชน์อย่างเป็น รูปธรรม	163 (38.80)	214 (51.00)	41 (9.80)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.28	0.65	มาก ที่สุด
3. มุ่งพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการ ปรับปรุงกระบวนการ ทำงานจริง และพยายาม เผยแพร่ไปยังส่วนต่าง ๆ ขององค์กร	156 (37.10)	200 (47.60)	59 (14.00)	5 (1.20)	0 (0.00)	4.21	0.72	มาก ที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.25	0.57	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์
เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ โดยรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสวงหาวิธีในการ
สร้าง ส่งเสริม และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ
นำความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 4.28$) และ

มุ่งพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานจริง และพยายามเผยแพร่ไปยังส่วนต่าง ๆ ขององค์กร ($\bar{X} = 4.21$)

ตารางที่ 22 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CI)

(n = 420)

ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. พัฒนาวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อผลลัพธ์ของงานที่ดีขึ้น	169 (40.20)	206 (49.00)	41 (9.80)	2 (0.50)	2 (0.50)	4.28	0.70	มากที่สุด
2. มุ่งมั่นปรับปรุงกระบวนการ วิธีการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ	184 (43.80)	173 (41.80)	59 (14.00)	2 (0.50)	2 (0.50)	4.27	0.75	มากที่สุด
3. พัฒนาและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงแนวคิดด้านการทำงานอยู่เสมอ	204 (48.60)	158 (37.60)	56 (13.30)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.34	0.72	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.29	0.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แสวงหาวิธีในการสร้างส่งเสริม และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ พัฒนาวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อผลลัพธ์ของงานที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.28$) และมุ่งมั่นปรับปรุงกระบวนการ วิธีการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.27$)

ตารางที่ 23 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของผล
การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)

(n = 420)

ผลการปฏิบัติงานเชิง นวัตกรรม	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ผลงานเป็นผลงานที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อตนเอง หรือ เพื่อนร่วมงาน หรือองค์กร	128 (30.50)	232 (55.20)	51 (12.10)	5 (1.20)	4 (1.00)	4.13	0.73	มาก
2. มีการปรับปรุงคุณภาพ ผลงานหรือต่อยอดองค์ความรู้ เดิมให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น	131 (31.20)	219 (52.10)	64 (15.20)	4 (1.00)	2 (0.50)	4.12	0.72	มาก
3. ผลงานสามารถใช้ในการ แก้ปัญหาหรือปรับปรุง ประสิทธิภาพงานได้จริง	107 (25.50)	242 (57.60)	64 (15.20)	7 (1.70)	0 (0.00)	4.06	0.69	มาก
4. ผลงานเป็นสิ่งใหม่ ที่ช่วย ส่งเสริมกระบวนการหรือ ผลลัพธ์ในการปฏิบัติงาน	132 (31.40)	199 (47.40)	80 (19.00)	9 (2.10)	0 (0.00)	4.08	0.77	มาก
5. ผลงานสามารถนำไปเป็น ต้นแบบหรือเป็นแนวทางให้ ผู้อื่นนำไปปรับใช้ในการทำงาน และสร้างสรรค์ผลงานได้	123 (29.30)	214 (51.00)	73 (17.40)	10 (2.40)	0 (0.00)	4.07	0.74	มาก
6. มีผลงานเชิงนวัตกรรมที่มี การเผยแพร่หรือถูกนำไปใช้จริง	128 (30.50)	190 (45.20)	88 (21.00)	11 (2.60)	3 (0.70)	4.02	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย						4.08	0.64	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์
เชิงนวัตกรรม ด้านผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณา
รายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผลงานเป็นผลงานที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อตนเอง หรือเพื่อน
ร่วมงาน หรือองค์กร ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ มีการปรับปรุงคุณภาพผลงานหรือต่อยอดองค์ความรู้
เดิมให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น ($\bar{X} = 4.12$) ผลงานเป็นสิ่งใหม่ ที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการหรือผลลัพธ์ใน
การปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.08$) ผลงานสามารถนำไปเป็นต้นแบบหรือเป็นแนวทางให้ผู้อื่นนำไปปรับใช้
ในการทำงานและสร้างสรรค์ผลงานได้ ($\bar{X} = 4.07$) ผลงานสามารถใช้ในการแก้ปัญหาหรือปรับปรุง
ประสิทธิภาพงานได้จริง ($\bar{X} = 4.05$) และมีผลงานเชิงนวัตกรรมที่มีการเผยแพร่หรือถูกนำไปใช้จริง
($\bar{X} = 4.02$)

1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย บรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 24 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของบรรยากาศองค์กร ด้านสิ่งจูงใจขององค์กร (O)

(n = 420)

ด้านสิ่งจูงใจขององค์กร	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. องค์กรสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การอบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน	147 (35.00)	219 (52.10)	39 (9.30)	8 (1.90)	7 (1.70)	4.16	0.80	มาก
2. องค์กรให้อิสระในการเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน	138 (32.00)	199 (47.40)	76 (18.10)	7 (1.70)	0 (0.00)	4.11	0.75	มาก
3. องค์กรมีระบบการให้ผลตอบแทน หรือ รางวัล หรือการยกย่องชื่นชม เมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี	131 (31.20)	199 (47.40)	79 (18.80)	9 (2.10)	2 (0.00)	4.06	0.79	มาก
รวมเฉลี่ย						4.11	0.67	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร ด้านด้านสิ่งจูงใจขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การอบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือ องค์กรให้อิสระในการเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.11$) และองค์กรมีระบบการให้ผลตอบแทน หรือ รางวัล หรือการยกย่องชื่นชม เมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี ($\bar{X} = 4.06$)

ตารางที่ 25 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
บรรรยากาศองค์กร ด้านงานที่มีความท้าทาย (CW)

(n = 420)

ด้านงานที่มีความท้าทาย	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. รับรู้ถึงความสำคัญของงานที่รับผิดชอบ ว่ามีส่วนช่วยให้องค์การบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายระยะยาว	124 (29.50)	241 (57.40)	43 (10.20)	10 (2.40)	2 (0.50)	4.13	0.72	มาก
2. ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ต้องใช้ทักษะความสามารถที่หลากหลาย	153 (36.40)	205 (48.80)	46 (11.00)	16 (3.80)	0 (0.00)	4.18	0.77	มาก
3. ได้รับมอบหมายงานที่มีความน่า สนใจและท้าทายในการใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพ	151 (36.00)	204 (48.60)	52 (12.40)	13 (3.10)	0 (0.00)	4.17	0.76	มาก
รวมเฉลี่ย						4.16	0.63	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร ด้านงานที่มีความท้าทาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ต้องใช้ทักษะความสามารถที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ได้รับมอบหมายงานที่มีความน่า สนใจและท้าทายในการใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพ ($\bar{X} = 4.17$) และรับรู้ถึงความสำคัญของงานที่รับผิดชอบ ว่ามีส่วนช่วยให้องค์การบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายระยะยาว ($\bar{X} = 4.13$)

ตารางที่ 26 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
บรรรยากาศองค์กร ด้านความพร้อมของทรัพยากร (RR)

(n = 420)

ด้านความพร้อมของ ทรัพยากร	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. องค์กรมีการสำรวจ และจัดหาทรัพยากรที่ จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ที่นำไปสู่ความสำเร็จตาม เป้าหมาย	94 (22.40)	211 (50.20)	82 (19.50)	25 (6.00)	8 (1.90)	3.85	0.90	มาก
2. องค์กรมีทรัพยากรใน การทำงานเพียงพอต่อ ความต้องการของผู้ใช้	100 (23.80)	206 (49.00)	83 (19.80)	28 (6.70)	3 (0.70)	3.88	0.87	มาก
3. ทรัพยากรขององค์กร มีคุณภาพ เหมาะสมต่อ การปฏิบัติงานให้สำเร็จ ตามเป้าหมาย	117 (27.90)	210 (50.00)	71 (16.90)	21 (5.00)	1 (0.20)	4.00	0.82	มาก
รวมเฉลี่ย						3.91	0.80	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร ด้านความพร้อมของทรัพยากร โดยรวม
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือทรัพยากรของ
องค์กรมีคุณภาพ เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ
องค์กรมีทรัพยากรในการทำงานเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ ($\bar{X} = 3.88$) และองค์กรมีการ
สำรวจและจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานที่นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.85$)

ตารางที่ 27 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
บรรรยากาศองค์กร ด้านอิสระในงาน (WA)

(n = 420)

ด้านอิสระในงาน	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. สามารถตัดสินใจเลือก วิธีการทำงานด้วยตนเอง	167 (39.80)	171 (40.70)	72 (17.10)	6 (1.40)	4 (1.00)	4.16	0.83	มาก
2. มีเสรีภาพในการ ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับงาน ที่รับผิดชอบกับบุคคล ต่างๆ ทั้ง ภายในและ ภายนอกองค์กร	147 (35.00)	215 (51.20)	46 (11.00)	8 (1.90)	4 (1.00)	4.17	0.77	มาก
3. ได้รับมอบอำนาจ ความ รับผิดชอบ การตัดสินใจ แก้ปัญหาในการทำงานได้ ด้วยตนเอง	140 (33.30)	201 (47.90)	72 (17.10)	1 (0.20)	6 (1.40)	4.11	0.79	มาก
รวมเฉลี่ย						4.15	0.72	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร ด้านอิสระในงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเสรีภาพในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับ
งานที่รับผิดชอบกับบุคคลต่างๆ ทั้ง ภายในและภายนอกองค์กร ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ สามารถ
ตัดสินใจเลือกวิธีการทำงานด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.16$) และได้รับมอบอำนาจ ความรับผิดชอบ
การตัดสินใจแก้ปัญหาในการทำงานได้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.11$)

ตารางที่ 28 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
บรรยาการองค์กร ด้านการส่งเสริมของหัวหน้างาน (SE)

(n = 420)

ด้านการส่งเสริมของ หัวหน้างาน	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. หัวหน้างานรับฟังความ คิดเห็น และให้ความ เชื่อมั่นและไว้วางใจ	137 (32.60)	213 (50.70)	57 (13.60)	9 (2.10)	4 (1.00)	4.12	0.79	มาก
2. เมื่อเกิดปัญหา หัวหน้า งานให้ คำ ป ร ิ ก ษ า คำ แนะนำ และ ข้อเสนอแนะ	128 (30.50)	236 (56.20)	40 (9.50)	9 (2.10)	7 (1.70)	4.11	0.79	มาก
3. หัวหน้างาน อนุญาตให้มี การทำงานที่ยืดหยุ่นและ คำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดี ของบุคลากร	148 (35.20)	189 (45.00)	67 (16.00)	11 (2.60)	5 (1.20)	4.10	0.84	มาก
รวมเฉลี่ย						4.11	0.74	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับบรรยาการองค์กร ด้านการส่งเสริมของหัวหน้างาน โดยรวม
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หัวหน้างานรับฟัง
ความคิดเห็น และให้ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ เมื่อเกิดปัญหา หัวหน้างาน
ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ ($\bar{X} = 4.11$) และหัวหน้างานอนุญาตให้มีการทำงานที่
ยืดหยุ่นและคำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร ($\bar{X} = 4.10$)

ตารางที่ 29 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
บรรรยากาศองค์กร ด้านบรรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (TCI)

(n = 420)

ด้านบรรรยากาศการ ส่งเสริมนวัตกรรมของ ทีมงาน	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีส่วนร่วมในการกำหนด ทิศทางการทำงานและ เป้าหมายของทีม	146 (34.80)	203 (48.30)	58 (13.80)	8 (1.90)	5 (1.20)	4.14	0.81	มาก
2. ทีมงานเปิดโอกาสให้ ท่านมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจ และเสนอแนวคิด ใหม่ ๆ มีอิสระในการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ต่อกัน	166 (39.50)	174 (41.40)	65 (15.50)	13 (3.10)	2 (0.50)	4.16	0.83	มาก
3. ทีมงานมุ่งเน้นการจัด ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วย การร่วมสร้างความร่วมมือ ในการแก้ปัญหามากกว่า การมุ่งเอาชนะ	155 (36.90)	201 (47.90)	46 (11.00)	15 (3.60)	3 (0.70)	4.17	0.81	มาก
รวมเฉลี่ย						4.16	0.74	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับบรรรยากาศองค์กร ด้านบรรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของ
ทีมงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ
ทีมงานมุ่งเน้นการจัดปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วยการร่วมสร้างความร่วมมือในการแก้ปัญหามากกว่า
การมุ่งเอาชนะ ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ทีมงานเปิดโอกาสให้ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และ
เสนอแนวคิดใหม่ ๆ มีอิสระในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกัน ($\bar{X} = 4.16$) และมีส่วนร่วมในการ
กำหนดทิศทางการทำงานและเป้าหมายของทีม ($\bar{X} = 4.14$)

ตารางที่ 30 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการมุ่งเน้นความสำเร็จ (AO)

(n = 420)

ด้านการมุ่งเน้น ความสำเร็จ	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. องค์กรมุ่งเน้นให้สมาชิกตั้งเป้าหมายและปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย	178 (42.40)	174 (41.40)	59 (14.00)	6 (1.40)	3 (0.70)	4.23	0.79	มากที่สุด
2. องค์กรส่งเสริมให้บุคลากรมีการวางแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุความสำเร็จของงานตามเป้าหมายที่กำหนด	166 (39.50)	198 (47.10)	49 (11.70)	6 (1.40)	1 (0.50)	4.24	0.73	มากที่สุด
3. องค์กรส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิด กล้าทำสิ่งใหม่ๆ หรือสามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น	155 (36.90)	201 (47.90)	54 (12.90)	9 (2.10)	1 (0.20)	4.19	0.75	มาก
รวมเฉลี่ย						4.22	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการมุ่งเน้นความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท้องค์การส่งเสริมให้บุคลากรมีการวางแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุความสำเร็จของงานตามเป้าหมายที่กำหนด ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาคือ องค์กรมุ่งเน้นให้สมาชิกตั้งเป้าหมายและปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย ($\bar{X} = 4.23$) และองค์กรส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิด กล้าทำสิ่งใหม่ๆ หรือสามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.19$)

ตารางที่ 31 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (SA)

(n = 420)

ด้านการตระหนักถึง ศักยภาพของบุคคล	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. องค์กรต้องการให้สมาชิกตระหนักถึงการ ทำงานที่มุ่งเน้นคุณภาพ	154 (36.70)	207 (49.30)	44 (10.50)	12 (2.90)	3 (0.70)	4.18	0.79	มาก
2. องค์กรส่งเสริมให้บุคลากรมีการทำงานอย่าง สร้างสรรค์ และคิดค้น นวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ใน การพัฒนางาน	159 (37.90)	202 (48.10)	52 (12.40)	6 (1.40)	1 (0.20)	4.21	0.73	มาก ที่สุด
3. องค์กรสนับสนุนให้ สมาชิกพัฒนาตนเอง และ พัฒนางานเพื่อ ประสิทธิภาพในการทำงาน ที่ดีขึ้น	166 (39.50)	195 (46.40)	52 (12.40)	5 (1.20)	2 (0.50)	4.23	0.74	มาก ที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.21	0.68	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการตระหนักถึง
ศักยภาพของบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท้องการสนับสนุนให้สมาชิกพัฒนาตนเอง และพัฒนางานเพื่อประสิทธิภาพในการ
ทำงานที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคือ องค์กรส่งเสริมให้บุคลากรมีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ และ
คิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนางาน ($\bar{X} = 4.21$) และองค์กรต้องการให้สมาชิกตระหนัก
ถึงการงานที่มุ่งเน้นคุณภาพ ($\bar{X} = 4.18$)

ตารางที่ 32 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (PM)

(n = 420)

ด้านการบริหารจัดการ แบบ มีส่วนร่วม	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. องค์กรให้ความสำคัญ กับสมาชิกในองค์กร โดย ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่า	219 (30.70)	213 (50.70)	59 (14.00)	16 (3.80)	3 (0.70)	4.07	0.81	1
2. องค์กรเปิดโอกาสและ กระตุ้นให้สมาชิกมีส่วน ร่วมในการตัดสินใจหรือ แสดงความคิดเห็นในการ ทำงาน	127 (30.20)	193 (46.00)	82 (19.50)	15 (3.60)	3 (0.70)	4.01	0.84	3
3. องค์กรสร้างความรู้สึ ของการมีส่วนร่วมของ สมาชิกในองค์กรให้ ทำงานด้วยความ กระตือรือร้นและเกิด ความคิดสร้างสรรค์	141 (33.60)	199 (47.40)	54 (12.90)	20 (4.80)	6 (1.40)	4.06	0.88	2
รวมเฉลี่ย						4.05	0.79	

จากตารางที่ 32 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการ
แบบมีส่วนร่วม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
คือ องค์กรให้ความสำคัญกับสมาชิกในองค์กร โดยถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่า ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา
คือ องค์กรสร้างความรู้สึของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กรให้ทำงานด้วยความกระตือรือร้น
และเกิดความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.06$) และองค์กรเปิดโอกาสและกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมใน
การตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็นในการทำงาน ($\bar{X} = 4.01$)

ตารางที่ 33 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (IR)

(n = 420)

ด้านการมุ่งเน้น ความสัมพันธ์ระหว่าง สมาชิก	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. องค์กรให้ความสำคัญ ต่อสัมพันธ์ภาพของเพื่อน ร่วมงานในลักษณะเหมือน ครอบครัวเดียวกัน	152 (36.20)	194 (46.20)	49 (11.70)	21 (5.00)	4 (1.00)	4.11	0.87	มาก
2. สมาชิกในองค์กรมีการ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันใน การทำงาน	127 (30.20)	221 (52.60)	53 (12.60)	18 (4.30)	1 (0.20)	4.08	0.78	มาก
3. องค์กรเปิดโอกาสมีการ แบ่งปันความคิด และสามารถ เสนอแนะแนว ทางการแก้ไขปัญหาอย่าง มีประสิทธิภาพ	142 (33.80)	211 (50.20)	45 (10.70)	21 (5.00)	1 (0.20)	4.12	0.81	มาก
	รวมเฉลี่ย					4.10	0.74	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิด
สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ด้านการมุ่งเน้น
ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรเปิดโอกาสมีการแบ่งปันความคิด และสามารถเสนอแนะแนวทางการแก้ไข
ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ องค์กรให้ความสำคัญต่อสัมพันธ์ภาพของเพื่อน
ร่วมงานในลักษณะเหมือนครอบครัวเดียวกัน ($\bar{X} = 4.11$) และสมาชิกในองค์กรมีการช่วยเหลือซึ่งกัน
และกันในการทำงาน ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 34 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของ
บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)

(n = 420)

บุคลิกภาพเชิงรุก	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. เป็นผู้ที่มีความริเริ่มใน การสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ	139 (33.10)	237 (56.40)	41 (9.80)	1 (0.20)	2 (0.50)	4.21	0.66	มาก ที่สุด
2. มีความกระตือรือร้นใน การแสวงหาโอกาสที่จะ นำไปสู่การพัฒนา	153 (36.40)	201 (47.90)	58 (13.80)	6 (1.40)	2 (0.50)	4.18	0.76	มาก
3. มีความพยายามในการ สร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี	187 (44.50)	193 (46.00)	34 (8.10)	6 (1.40)	0 (0.00)	4.34	0.67	มาก ที่สุด
4. สามารถรับมือกับการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้เป็น อย่างดี	186 (44.30)	191 (45.50)	38 (9.00)	5 (1.20)	0 (0.00)	4.32	0.69	มาก ที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.26	0.61	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพเชิงรุก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.32$) เป็นผู้ที่มีความริเริ่มในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.21$) และมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา ($\bar{X} = 4.18$)

ตารางที่ 35 ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นของการ
รับรู้ความสามารถของตนเอง (SE)

(n = 420)

การรับรู้ความสามารถ ของตนเอง	ความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. เชื่อมั่นในความสามารถ ของตนเองว่าจะสามารถ ทำงานให้ประสบผลสำเร็จ ได้	178 (42.40)	183 (43.60)	58 (13.80)	1 (0.20)	0 (0.00)	4.28	0.70	มาก ที่สุด
2. สามารถค้นหาแนวทาง เพื่อแก้ไขปัญหาที่มีความ ซับซ้อนได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	152 (36.20)	229 (54.50)	38 (9.00)	1 (0.20)	0 (0.00)	4.26	0.62	มาก ที่สุด
3. มั่นใจว่าท่านสามารถ จัดการกับปัญหาอย่าง สร้างสรรค์ได้	162 (38.60)	225 (53.60)	30 (7.10)	3 (0.70)	0 (0.00)	4.30	0.63	มาก ที่สุด
4. เชื่อว่าท่านสามารถ รับมือกับสถานการณ์ที่ เปลี่ยนแปลงในอนาคต หรือสถานการณ์ที่ ยากลำบากได้	176 (41.90)	207 (49.30)	34 (8.10)	1 (0.20)	2 (0.50)	4.32	0.67	มาก ที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.29	0.53	

จากตารางที่ 35 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยรวม
อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเชื่อว่าท่าน
สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากได้ ($\bar{X} = 4.32$)
รองลงมาคือ มั่นใจว่าท่านสามารถจัดการกับปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้ ($\bar{X} = 4.30$) เชื่อมั่นใน
ความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้ ($\bar{X} = 4.28$) และสามารถค้นหา
แนวทาง เพื่อแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.26$)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและการเตรียมข้อมูลเบื้องต้น

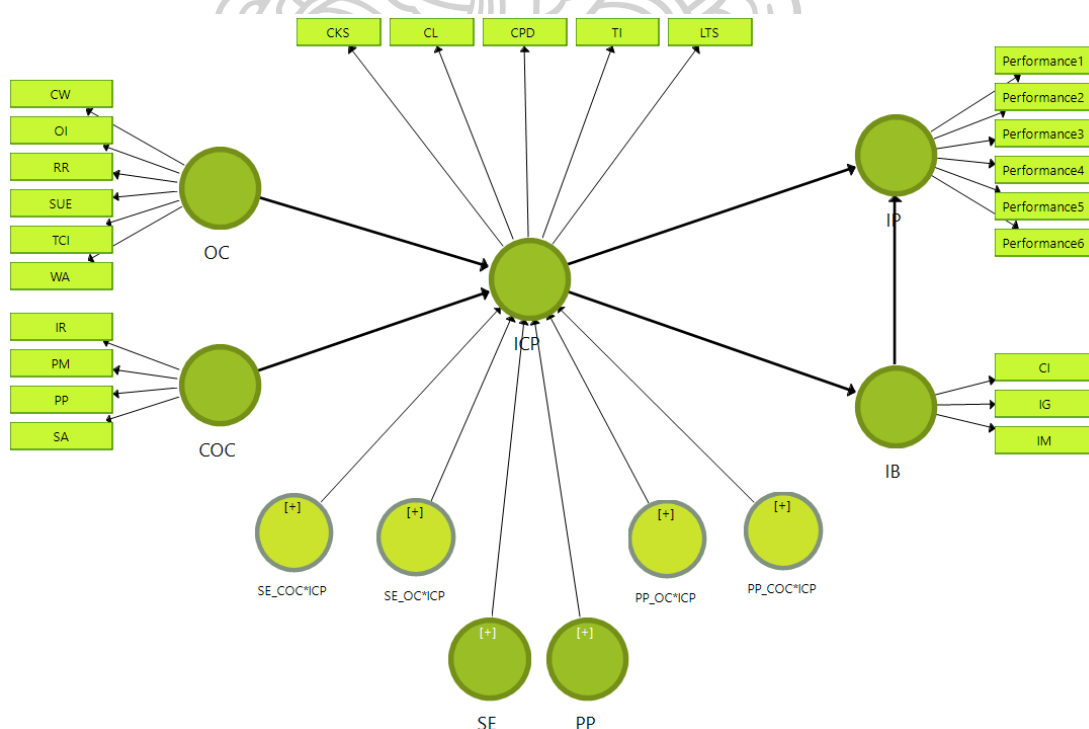
กระบวนการตรวจสอบข้อมูลและเตรียมข้อมูลวิเคราะห์ เริ่มจากตรวจสอบข้อมูลขาดหาย การทดสอบโมเดลการวัด และการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์ รายละเอียดดังนี้

2.1 ผลการตรวจสอบข้อมูลขาดหาย

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล ปรากฏว่ามีแบบสอบถามตอบกลับ จำนวน 473 ชุด พบข้อมูลที่ตอบไม่ครบถ้วน ทำให้ข้อมูลบางส่วนขาดหาย เนื่องจากงานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลทางจดหมายและออนไลน์ จึงเป็นไปได้ที่จะเกิดปัญหาข้อมูลที่ขาดหาย ปรากฏว่ามีแบบสอบถามจำนวน 53 ชุด คิดเป็นร้อยละ 11.21 ของแบบสอบถามตอบกลับ

2.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Outer model)

การทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย และสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งมีตัวแปรแฝงทั้งหมด 11 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 24 ตัวแปร ดังแสดงในภาพที่ 14



ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างด้วย SmartPLS

อันดับแรกการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) รายละเอียดดังตารางที่ 36 และ 37

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	ICP	IB	IP	OC	COC	PP	SE
Mean	4.29	4.27	4.08	4.10	4.15	4.26	4.29
S.D.	0.74	0.76	0.69	0.79	0.74	0.81	0.98
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP)	1						
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB)	0.694**	1					
ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)	0.605**	0.618**	1				
บรรยากาศองค์กร (OC)	0.580**	0.615**	0.680**	1			
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC)	0.287**	0.270**	0.355**	0.761**	1		
บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)	0.575**	0.480**	0.478**	0.598**	0.490**	1	
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SE)	0.556**	0.533**	0.514**	0.506**	0.428**	0.705**	1

**p-value < 0.01, *p-value < 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.270 - 0.705 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นระดับความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไป โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ไม่สูงกว่า 0.80 (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554) ซึ่งแสดงว่าไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ตัวแปรในการวิจัยนี้จึงไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุ สามารถนำไปวิเคราะห์ตัวแบบการวัดและตัวแบบการวิจัยที่พัฒนาขึ้นได้ (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต

	LTS	CL	CKS	TI	CPD	IG	IIM	CI	IP	OI	CW	RR	WA	SUE	TCI	AO	SA	PM	IR
Mean	4.32	4.31	4.20	4.37	4.25	4.26	4.25	4.29	4.08	4.11	4.16	3.91	4.15	4.71	4.16	4.22	4.21	4.05	4.10
S.D.	0.62	0.56	0.58	0.57	0.62	0.65	0.57	0.64	0.64	0.67	0.63	0.80	0.72	0.74	0.74	0.69	0.68	0.79	0.74
LTS	1																		
CL	0.640**	1																	
CKS	0.626**	0.462**	1																
TI	0.571**	0.614**	0.568**	1															
CPD	0.737**	0.640**	0.739**	0.568**	1														
IG	0.695**	0.585**	0.652**	0.621**	0.793**	1													
IIM	0.637**	0.623**	0.614**	0.572**	0.790**	0.759**	1												
CI	0.655**	0.639**	0.612**	0.626**	0.712**	0.738**	0.749**	1											
IP	0.654**	0.504**	0.699**	0.546**	0.719**	0.745**	0.695**	0.769**	1										
OI	0.448**	0.297**	0.381**	0.318**	0.440**	0.539**	0.388**	0.556**	0.642**	1									
CW	0.528**	0.330**	0.488**	0.404**	0.558**	0.552**	0.445**	0.553**	0.602**	0.729**	1								
RR	0.519**	0.301**	0.470**	0.353**	0.497**	0.521*	0.420**	0.502**	0.628**	0.733**	0.736**	1							
WA	0.499**	0.310**	0.425**	0.297*	0.433**	0.444**	0.332**	0.513**	0.564**	0.587**	0.663**	0.696**	1						
SUE	0.460**	0.322**	0.412**	0.313**	0.432**	0.496**	0.346**	0.478**	0.550**	0.715**	0.763**	0.761**	0.683**	1					
TCI	0.514**	0.378**	0.421**	0.333**	0.458**	0.497**	0.398**	0.512**	0.505**	0.522**	0.645**	0.668**	0.679**	0.641**	1				
AO	0.093*	0.194**	0.107*	0.140**	0.113*	0.158**	0.188**	0.99*	0.114*	0.179**	0.131**	0.126**	0.101*	0.118**	0.115**	1			
SA	0.101*	0.191**	0.181**	0.153**	0.158**	0.121*	0.141**	0.134**	0.113*	0.128**	0.111*	0.112**	0.102*	0.127**	0.114**	0.694**	1		
PM	0.108*	0.167**	0.102*	0.134*	0.337**	0.117*	0.122*	0.121**	0.102*	0.229**	0.201**	0.127**	0.128**	0.106*	0.103*	0.672**	0.687**	1	
IR	0.107*	0.106*	0.133**	0.145**	0.131**	0.157**	0.108*	0.106*	0.174**	0.154**	0.131**	0.160**	0.151**	0.164**	0.116**	0.637**	0.640**	0.679**	1

**p-value < 0.01, *p-value < 0.05

จากตารางที่ 37 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.101 - 0.793 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งเป็นระดับความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไป โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่สูงกว่า 0.80 (กริช แร่งสูงเนิน, 2554) ซึ่งแสดงว่าไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ตัวแปรสังเกตในการวิจัยนี้จึงไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุ สามารถนำไปวิเคราะห์ด้วยแบบการวัดและแบบการวิจัยที่พัฒนาขึ้นได้ (Hair et al., 2010)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อทดสอบยืนยันตัวแปรสังเกตสามารถวัดตัวแปรแฝง ด้วยโปรแกรม SmartPLS ที่เป็นสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model) หรือเรียกว่า PLS-SEM ซึ่งไม่จำเป็นต้องตรวจสอบการกระจายแบบปกติของข้อมูล เพราะไม่มีข้อตกลงเบื้องต้น (assumption) (Vinzi, Trinchera & Amato, S. 2010) แต่มีเงื่อนไขเกี่ยวกับการตรวจสอบแบบจำลองการวัด ทั้งตัวแปรแฝงที่เป็นแบบองค์ประกอบ (Formative) และแบบสะท้อน (Reflective) (Hair, Hult, Ringle, Sarstedt & Thiele, 2017) ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบคุณภาพแบบจำลองการวัด (Outer Model) ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. แบบจำลองการวัดแบบองค์ประกอบ (Formative) เกณฑ์คุณภาพของ Formative ได้แก่ 3 ดัชนี คือ 1) ดัชนีวัดความเที่ยงตรงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) วัดความสามารถพยากรณ์ของตัวแปรสร้างจากการวิเคราะห์ความซ้ำซ้อน (Redundancy Analysis) 2) ดัชนีการตรวจสอบสภาวะร่วมเส้นตรง (Collinearity of Indicators หรือ Multicollinearity) พิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) ที่ไม่ควรเกิน 5 และการมีนัยสำคัญของ Weight และสุดท้าย 3) ดัชนีวัดความเกี่ยวข้องกัน (Relevance) ของ Weight และ Loading (Hair, Ringle & Sarstedt, 2011) ในการพิจารณานัยสำคัญของดัชนีพิจารณาที่ Weight มีนัยสำคัญทางสถิติถือว่าผ่านเกณฑ์ แต่ถ้าหากไม่มีนัยสำคัญพิจารณาความเกี่ยวข้องกันของค่า Loading และ Weight ซึ่งถ้าค่า Weight ไม่มีนัยสำคัญ แต่ค่าของ Loading มีขนาดไม่ต่ำกว่า 0.50 ควรเก็บดัชนีวัดไว้ (ฉันทะ จันทะเสนา, 2563) ซึ่งในงานวิจัยนี้มีแบบจำลองการวัดชนิด Formative จำนวน 1 ตัวแปรแฝง คือ ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ รายละเอียดดังนี้

1.1 ดัชนีวัดความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) วัดความสามารถพยากรณ์ของตัวแปรสร้างจากการวิเคราะห์ความซ้ำซ้อน (Redundancy Analysis) สามารถทำได้สำหรับตัวแปรแฝงแต่ละตัวแยกกัน โดยอยู่ในรูปแบบเป็นตัวแปรแฝงภายนอก โดยจำเป็นจะต้องสร้างอีกหนึ่งตัวแปรที่เป็นตัวแทนที่จะใช้ในการทดสอบ ผลทดสอบพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ (Hair et al., 2013)

1.2 ดัชนีการตรวจสอบสถานะร่วมเส้นตรง (Collinearity of Indicators) จากการพิจารณาค่าองค์ประกอบความแปรปรวนที่สูงเกินความเป็นจริง (Variance Inflation Factor: VIF) เป็นความสัมพันธ์ของตัวแปร X หนึ่งหนึ่งโดยการถดถอยบนต้นแปร X อื่น ๆ ผลการทดลองดังตารางที่ 33 ทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์เพราะมีค่าระหว่าง 2.545 - 3.266 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 (Hair et al., 2011)

1.3 ดัชนีทดสอบความเกี่ยวข้อง (Relevance) พิจารณาที่ ค่า T-statistics ที่แสดงใน Outer weights และ Outer loading หากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้ง Outer weights และ Outer loading แสดงว่าการทดสอบความเกี่ยวข้องกันของตัวแปรสังเกตได้ดังกล่าวไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งจำเป็นต้องตัดข้อคำถามนั้นออก ผลการทดสอบดังตารางที่ 38 พบว่า ทุกข้อคำถาม มีค่า p-value ที่ 0.000 แสดงว่าผ่านเกณฑ์การทดสอบความเกี่ยวข้อง จึงสามารถคงข้อคำถามไว้ในแบบจำลองการวัด (Wong 2013)

ตารางที่ 38 สรุปผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบจำลองการวัดแบบองค์ประกอบ (Formative)

ตัวแปร	VIF	T-Statistics of Outer weights	P Values of Outer weights	T-Statistics of Outer loading	P Values of Outer loading
Performance1	2.854	31.833	0.000	45.321	0.000
Performance2	2.724	37.263	0.000	39.646	0.000
Performance3	3.201	44.267	0.000	66.967	0.000
Performance4	2.545	36.147	0.000	45.215	0.000
Performance5	3.266	35.651	0.000	77.345	0.000
Performance6	2.820	30.162	0.000	68.982	0.000

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดชนิด Formative ซึ่งตัวแปรแฝง คือ ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 6 ตัวแปร พบว่า จากการทดสอบคุณภาพแบบจำลองการวัดดังกล่าว พบว่า ทุกตัวแปรสังเกตมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ ดังนั้นทุกข้อคำถามจึงสามารถคงไว้ในแบบจำลองการวัด

2. แบบจำลองการวัดแบบสะท้อน (Reflective) สำหรับการวิจัยนี้มีแบบการวัดชนิดสะท้อน ซึ่งมีตัวแปรแฝง 20 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ การสร้าง

ความคิดใหม่ การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สิ่งจูงใจขององค์การ งานมีความท้าทาย ความพร้อมของทรัพยากร อิสระในงาน การส่งเสริมของหัวหน้างาน บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน การมุ่งเน้นความสำเร็จ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก บุคคลภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 64 ตัวแปร

สำหรับดัชนีวัดความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) ความเชื่อมั่นของดัชนีวัด (Indicator Reliability) ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ความเชื่อมั่นสอดคล้องภายในวัดเพื่อหลีกเลี่ยงการสอบถามซ้ำ ความสอดคล้องมากจะได้ค่าสัมประสิทธิ์สูงหมายความว่าแบบสอบถามวัดประเด็นเดียวกันได้ดีความเชื่อมั่นของดัชนีวัดแสดงว่าดัชนีวัดมีค่าน้ำหนักถึงเกณฑ์วัดเรื่องเดียวกันได้ ความเชื่อมั่นทั้งสองแสดงถึง ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม วัดความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายในด้วย Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A) และ Jöreskog's rho (ρ_C) ไม่ใช่ Composite Reliability เพราะเป็นคะแนนรวม (Sum Score) ไม่ใช่คะแนนสร้าง (Construct Score) ความเที่ยงตรงเชิงเหมือนและความเที่ยงตรงเชิงจำแนกเป็นองค์ประกอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เพื่อตรวจสอบว่าแบบสอบถามตรงตามแนวคิดทฤษฎีสังคมศาสตร์และสามารถวัดคุณลักษณะหรือพฤติกรรมได้ตามทฤษฎีที่กำหนดความเที่ยงตรงเชิงเหมือนหมายความว่าดัชนีวัดของตัวแปรสร้างเดียวกันควรคล้ายกัน มีสหสัมพันธ์กันสูง ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกวัดความแตกต่างของแบบวัดต่างกันควรมีสหสัมพันธ์กันต่ำ หรือดัชนีวัดของตัวแปรสร้างต่างกันควรสัมพันธ์กันต่ำ ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกวัดด้วย The Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสร้างในสมการโครงสร้างจะชัดเจนถ้าในสมการการวัดสามารถวัดตัวแปรสร้างได้เที่ยงตรง (Peter & Churchill, 1986) ตามวัตถุประสงค์ (Campbell & Fiske, 1959) ซึ่งเกณฑ์พิจารณาคุณภาพใช้เครื่องมือวัดความเที่ยงตรงหลายประเภทดังกล่าว เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแปรสร้างมีคุณลักษณะแสดงเฉพาะตนในประเด็นที่นักวิจัยสนใจ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) รายละเอียดดังภาพ 4.3 การวิเคราะห์คุณภาพแบบการวัดแบบสะท้อน (Reflective) โดยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ดังนี้

2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) โดยใช้ค่าสถิติความเที่ยงภายใน (Internal Consistency Reliability) พิจารณาค่าความเที่ยงคอมโพสิต (Composite reliability: CR) ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient: α) และค่าความเที่ยงของตัวชี้วัด (Indicator Reliability: IR) ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 34 พบว่าทุกตัวแปร

และตัวชี้วัดในโมเดลการวัดมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าโมเดลการวัดชนิดสะท้อนของเครื่องมือวิจัยนี้ มีความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Nunnally, 1978; Diamantopoulos et al., 2012)

ตารางที่ 39 สรุปผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบการวัดชนิดสะท้อน (Reflective)

ตัวแปร	Outer Loading	IR (L ²)	α	CR
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (Innovative Creativity Potential)		0.90	0.89	0.92
1. ทักษะการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking Skills)	0.87			
2. การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning)	0.79			
3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Sharing)	0.82			
4. การบูรณาการทางเทคโนโลยี (Technology Integration)	0.78			
5. การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process Development)	0.90			
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior)		0.94	0.90	0.94
1. การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation)	0.91			
2. การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (Idea Implementation)	0.91			
3. การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)	0.91			
บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate)		0.93	0.92	0.94
1. สิ่งจูงใจขององค์กร (Organizational Incentives)	0.83			
2. งานที่มีความท้าทาย (Challenging work)	0.89			
3. ความพร้อมของทรัพยากร (Resource readiness)	0.90			
4. อิสระในงาน (Work autonomy)	0.84			
5. การส่งเสริมของหัวหน้างาน (Supervisory encouragement)	0.88			
6. บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory)	0.84			

ตารางที่ 39 สรุปผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบการวัดชนิดสะท้อน (Reflective) (ต่อ)

ตัวแปร	Outer Loading	IR (L ²)	α	CR
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (Constructive Organizational Culture)		0.94	0.89	0.92
1. การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Achievement orientation)	0.87			
2. การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (Self-actualization awareness)	0.86			
3. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participative Management)	0.83			
4. การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interpersonal relations)	0.88			
บุคลิกภาพเชิงรุก (Proactive personality)		0.87	0.75	0.85
1. เป็นผู้ที่มีความริเริ่มในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ	0.89			
2. มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา	0.91			
3. มีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี	0.85			
4. สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	0.63			
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)		0.97	0.71	0.86
1. เชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้	0.88			
2. สามารถค้นหาแนวทาง เพื่อแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.65			
3. มั่นใจว่าท่านสามารถจัดการกับปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้	0.76			
4. เชื่อว่าท่านสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากได้	0.72			

2.2 การทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) พิจารณาค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average variance extracted: AVE) ผลวิเคราะห์พบว่า มีค่าระหว่าง 0.61 - 0.83

ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 สรุปได้ว่าตัวแปรแฝงทุกตัวผ่านเกณฑ์และแสดงว่าโมเดลการวัดมีความตรงเชิงเหมือน (ตารางที่ 40)

2.3 การทดสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) ความเชื่อมั่นของดัชนีวัด (Indicator Reliability) โดยความเชื่อมั่นสอดคล้องภายในวัดเพื่อหลีกเลี่ยงการสอบถามซ้ำ ความสอดคล้องมากจะได้ค่าสัมประสิทธิ์สูงหมายความว่าแบบสอบถามวัดประเด็นเดียวกันได้ดีความเชื่อมั่นของดัชนีวัดแสดงว่าดัชนีวัดมีค่าน้ำหนักถึงเกณฑ์วัดเรื่องเดียวกันได้ความเชื่อมั่นทั้งสองแสดงถึง ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม วัดความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายในด้วย Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A) และ Jöreskog's rho (ρ_C) ผลวิเคราะห์พบว่า มีค่า ρ_A และ ρ_C ของทุกตัวแปรมีค่าสูงกว่า 0.70 (ตารางที่ 35) แสดงว่ามีความสอดคล้องภายใน และยังยืนยันด้วย ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient: α) ที่สูงกว่า 0.70 เช่นกัน (ตารางที่ 40)

ตารางที่ 40 สรุปผลการวิเคราะห์ ρ_A ρ_C และ AVE เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบการวัดชนิดสะท้อน (Reflective)

ตัวแปร	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Jöreskog's rho (ρ_C)	AVE
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (Innovative Creativity Potential)	0.95	0.96	0.69
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior)	0.94	0.94	0.83
บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate)	0.90	0.91	0.74
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (Constructive Organizational Culture)	0.88	0.87	0.74
บุคลิกภาพเชิงรุก (Proactive personality)	0.96	0.95	0.61
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy)	0.91	0.91	0.75

2.4 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกวัดด้วย The Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสร้างในสมการโครงสร้างจะชัดเจนถ้าในสมการการวัดสามารถวัดตัวแปรสร้างได้เที่ยงตรง (Peter & Churchill, 1986) ตามวัตถุประสงค์

(Campbell & Fiske, 1959) ซึ่งเกณฑ์พิจารณาคุณภาพใช้เครื่องมือวัดความเที่ยงตรงหลายประเภทดังกล่าว เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแปรสร้างมีคุณลักษณะแสดงเฉพาะตนในประเด็นที่นักวิจัยสนใจ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) ผลการทดสอบ HTMT มีค่าระหว่าง 0.86-0.94 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงจำแนกเพราะมีค่ามากกว่า 0.85 (ตารางที่ 41)

ตารางที่ 41 ผลวิเคราะห์ค่า HTMT

ตัวแปร	COC	IB	ICP	IP	OC	PP	SE
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC)							
พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม (IB)	0.94						
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP)	0.76	0.86					
ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)	0.61	0.78	0.87				
บรรยากาศองค์กร (OC)	0.84	0.82	0.86	0.91			
บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)	0.70	0.80	0.75	0.80	0.88		
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SE)	0.92	0.79	0.83	0.83	0.82	0.90	

2.5 การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) Fornell และ Larcker (1981) แนะนำให้พิจารณาจากรากที่สองของ AVE ในตัวแปรแฝงแต่ละตัว สามารถใช้เพื่อสร้างความถูกต้องในการจำแนกได้ ถ้าได้ค่าที่มีขนาดใหญ่กว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตัวอื่น ๆ แต่ปัจจุบันในการพิจารณาความตรงเชิงจำแนกนักวิชาการและนักวิจัยได้ใช้ตาราง Fornell-Larcker Criterion (1981) ซึ่งเป็นตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยค่าในแถวทแยงของตัวแปรสร้างมีค่ามากกว่าทุกค่าในแถวอนและแถวตั้ง ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 42 พบว่า ตัวแปรสร้างทุกตัวมีความตรงเชิงจำแนก

ตารางที่ 42 ค่า Fornell-Larcker Criterion เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก

ตัวแปร	COC	IB	ICP	IP	OC	PP	SE
วัฒนธรรมองค์กรแบบ สร้างสรรค์ (COC)	0.86						
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB)	0.11	0.91					
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ เชิงนวัตกรรม (ICP)	0.11	0.81	0.83				
ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)	0.06	0.86	0.76	0.91			
บรรยากาศองค์กร (OC)	0.04	0.61	0.59	0.68	0.86		
บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)	0.03	0.56	0.60	0.56	0.64	0.78	
การรับรู้ความสามารถของ ตนเอง (SE)	-0.12	-0.03	0.04	0.03	-0.02	0.01	0.87

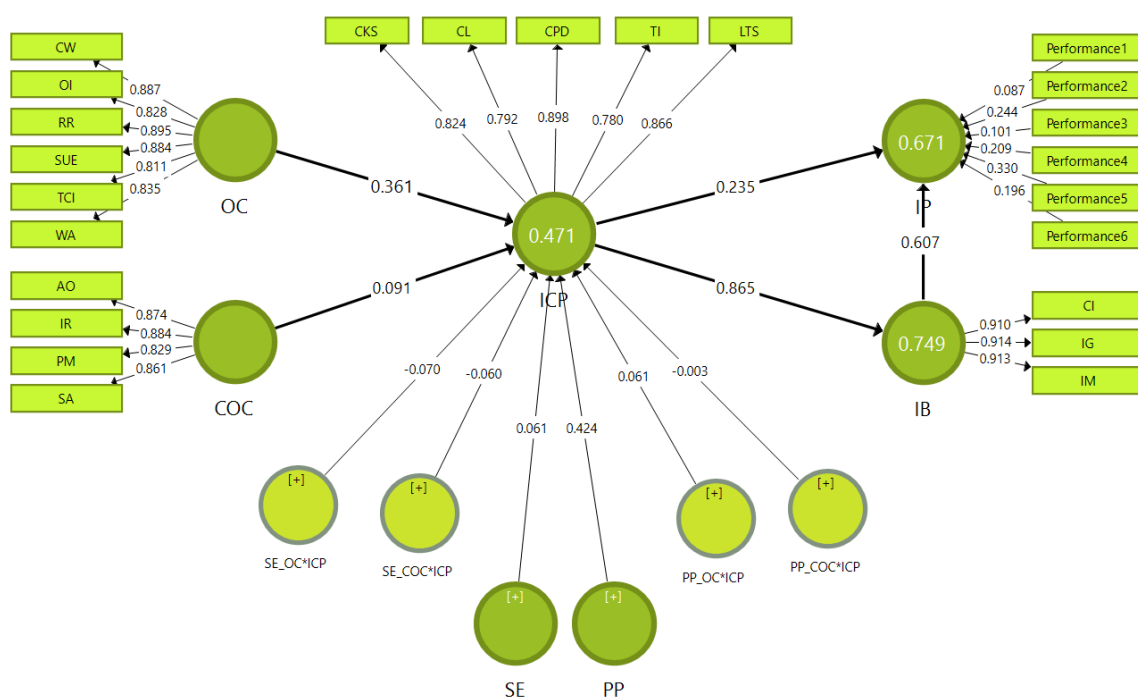
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Study) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Antecedents and Consequences) เพื่อสร้างเป็นแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยในส่วนนี้ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่ง 5 ส่วน ได้แก่ การทดสอบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ การทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง การวิเคราะห์โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุและปัจจัยผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม การทดสอบโมเดลตามสมมติฐานการวิจัย และการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยสรุปการประเมินโมเดลโครงสร้าง (Inner Model หรือ Structural Model) รายละเอียดดังนี้

3.1 ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยเริ่มวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SmartPLS3 โดยเลือกที่เมนู “Calculate” เลือก “PLS Algorithm” หน้าต่าง Setup แสดงขึ้นมา กำหนดค่าดังนี้ Weighting Scheme: Path Maximum Iterations: 300 Stop Criterion (10^{-X}): 7 แล้วดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล เลือก Start Calculation ผลวิเคราะห์แสดง

การประมาณเส้นทางของโมเดล ดังภาพที่ 15 ซึ่งต้องพิจารณาจากหน้าตาที่แสดงและรายงานผลการวิเคราะห์ต่าง ๆ



ภาพที่ 15 ผลการวิเคราะห์ PLS-SEM

การทดสอบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ พิจารณาผลการวิเคราะห์ที่แสดงจากโมเดล (ภาพที่ 14) พบว่า ผลวิเคราะห์โมเดลแสดงตัวเลขที่ใช้อธิบาย และการประมาณโมเดลเส้นทางสำหรับงานวิจัยนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ที่ใช้อธิบายผลกระทบของตัวแปรหนึ่งไปยังอีกตัวแปรหนึ่ง โดยค่าน้ำหนักต้องมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งพิจารณาจาก p-value น้อยกว่า 0.05 โดยค่าน้ำหนักของค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ต่างกันสามารถจัดอันดับความสำคัญเชิงสถิติได้ด้วย ผลวิเคราะห์จากภาพที่ 15 พบว่า ค่าน้ำหนักของค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่มีค่ามากที่สุด คือ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม (0.87) รองลงมา คือ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (0.61) บุคลิกภาพเชิงรุกมีผลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (0.42) บรรยากาศองค์กรมีผลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (0.36) ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม (0.24) วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีผลเชิงบวกต่อ

ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (0.09) สำหรับค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจะต้องพิจารณานัยสำคัญทางสถิติ โดยแสดงในหัวข้อของการทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง

2. การอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรแฝงด้วยตัวแปรแฝงอื่น ๆ หรือที่เรียกว่า R Square สัญลักษณ์ คือ R^2 โดยมีค่าระหว่าง 0-1 Hair et al., (2014) แนะนำว่าหาก $R^2 = 0.75$ แสดงว่ามีความแม่นยำของการพยากรณ์สูง $R^2 = 0.50$ แสดงว่ามีความแม่นยำในการพยากรณ์ในระดับปานกลาง และสุดท้าย $R^2 = 0.25$ แสดงว่ามีความแม่นยำในการพยากรณ์ต่ำ แต่ถ้า $R^2 < 0.25$ แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่สามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ (Hair et al., 2014) ดังภาพที่ 15 ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝง พบว่า

2.1 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ค่า $R^2 = 0.75$ หมายความว่า ตัวแปรแฝงทั้งสามตัว (บรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม) มีความแปรปรวน 75% ของความแปรปรวนในตัวแปรแฝงพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม หรืออธิบายได้ว่าทั้งสามตัวแปรแฝงร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีความแม่นยำระดับสูง

2.2 ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ค่า $R^2 = 0.67$ หมายความว่า ตัวแปรแฝงทั้งสองตัว (ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม) มีความแปรปรวน 67% ของความแปรปรวนในตัวแปรแฝงผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม หรืออธิบายได้ว่าทั้งสองตัวแปรแฝงร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม มีความแม่นยำระดับปานกลาง

2.3 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ค่า $R^2 = 0.47$ หมายความว่า ตัวแปรแฝงทั้งสองตัว (บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์) มีความแปรปรวน 47% ของความแปรปรวนในตัวแปรแฝงศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม หรืออธิบายได้ว่าทั้งสองตัวแปรแฝงร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีความแม่นยำระดับต่ำ

3. การพิจารณา ค่า F Square สัญลักษณ์ คือ f^2 ที่แสดงในตารางผลการวิเคราะห์ของ PLS Algorithm ซึ่ง Cohen (1992) แนะนำว่าหาก $f^2 = 0.02$ คือ Effect size ต่ำ แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดเล็กทำให้ไม่สามารถตรวจพบอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ได้ ถ้า $f^2 = 0.15$ คือ Effect size มีค่าปานกลาง แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดปานกลางสามารถตรวจพบอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ได้ และถ้า $f^2 = 0.35$ คือ Effect size สูง แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดใหญ่สามารถตรวจพบอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ได้ดี (Cohen, 1992) จากผลการวิเคราะห์ พบว่า บรรยากาศองค์กร ($f^2 = 0.64$) มี Effect size สูงกับตัวแปรแฝงศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม สำหรับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ($f^2 = 0.56$) มี Effect size สูงกับตัวแปรแฝงพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ส่วนตัวแปร

แฝงศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ($f^2 = 0.41$) มี Effect size สูงกับตัวแปรแฝงผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ส่วนบุคลิกภาพเชิงรุก ($f^2 = 0.28$) มี Effect size ปานกลางกับตัวแปรแฝงศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ส่วนตัวแปรแฝงที่มี Effect size ต่ำ ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ($f^2 = 0.12$) และการรับรู้ความสามารถของตนเองกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ($f^2 = 0.09$) แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดเล็กทำให้ไม่สามารถตรวจพบอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ได้

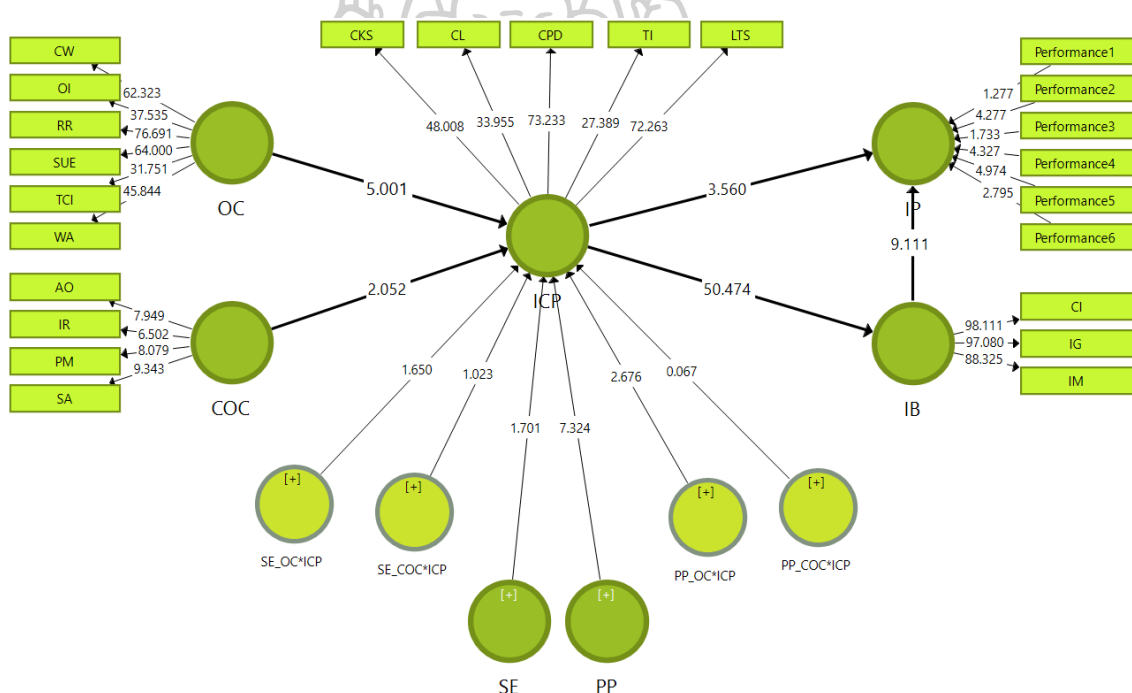
4. การพิจารณา Model Fit หรือ การพิจารณาคุณภาพโมเดลภาพรวม ซึ่งเป็นการแสดงคุณภาพโมเดลด้วยวิธี Bootstrap โดยมีค่าเมตริกซ์สหสัมพันธ์ความแตกต่างของข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดล PLS-SEM ในส่วนนี้พิจารณาค่าสถิติทั้งหมด 3 ค่า ได้แก่ 1) The Unweighted Least Squares Discrepancy: d_{ULS} ซึ่งเป็นความคลาดเคลื่อนกำลังสองน้อยที่สุดไม่ถ่วงน้ำหนัก 2) The Geodesic Discrepancy: d_G ซึ่งเป็นความคลาดเคลื่อนจากรูปร่าง และ 3) Standardized Root Mean Squared Residual: SRMR เป็นค่าดัชนีรากที่สองกำลังสองเฉลี่ย ซึ่งดำเนินการวิเคราะห์ผลพบว่า สามารถวัดปริมาณความเข้มแข็งของเมตริกซ์สหสัมพันธ์เชิงประจักษ์ที่แตกต่างจากเมตริกซ์สหสัมพันธ์ของโมเดล หากมีค่าที่ได้ยิ่งต่ำแสดงว่าคุณภาพโมเดลสูง Kock & Hadaya, (2018) เสนอว่าค่า SRMR < 0.10 ถือว่ายอมรับได้ว่าแบบจำลองเหมาะสมกับข้อมูล ผลการวิเคราะห์โมเดลศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ค่า SRMR น้อยกว่า 0.10 แสดงว่า เมตริกซ์สหสัมพันธ์ของข้อมูลแนบสนิทกับโมเดล เป็นการยืนยันว่าโมเดลภาพรวมมีคุณภาพสูง รายละเอียดดังตารางที่ 43

ตารางที่ 43 ผลการทดสอบทางสถิติ Bootstrap ของโมเดลคอมโพสิตเชิงยืนยัน

ค่าสถิติ	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.07	0.08
d_{ULS}	0.61	1.28
d_G	0.32	0.40
Chi-Square	571.34	615.77
NFI	0.91	0.90

3.2 ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง

สำหรับการทดสอบสัมประสิทธิ์เส้นทาง ผู้วิจัยเริ่มสร้างโมเดลตามกรอบแนวคิดการวิจัย ในซอฟต์แวร์ SmartPLS3 โดยสร้างทั้งโครงสร้าง (Inner Model) และโมเดลการวัด (Outer Model) เพื่อเตรียมตรวจสอบนัยสำคัญทางสถิติ กำหนดค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางพิจารณาัยสำคัญทางสถิติ $p < .05$ เริ่มด้วยการเลือกเมนู “Calculate” เลือก “Bootstrapping” หน้าต่าง Setup แสดงขึ้น ดำเนินการกำหนดค่าในหน้าต่าง Bootstrapping หัวข้อ Subsamples: 500, Amount of Results: Basic Bootstrapping และ Advanced Settings ในหัวข้อ Confidence Interval Method: Bias-Corrected and Accelerated (BCa) Bootstrap, Test Type: Two Tailed, สุดท้ายดำเนินการเลือก Start Calculation ซอฟต์แวร์ SmartPLS3 แสดงผลการวิเคราะห์ดังภาพที่ 16 พิจารณาว่าค่า T-statistics > 1.96 แสดงว่าสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัย (Hair et al., 2014)



ภาพที่ 16 ผลการวิเคราะห์การมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Consistent PLS Bootstrapping

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโมเดลโครงสร้าง (Inner Model) พิจารณาจากค่า T-statistics ว่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของโมเดลโครงสร้างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ การใช้ t-test แบบสองหางโดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจะมีนัยสำคัญ เมื่อ T-statistics มีค่ามากกว่า 1.96 (Hair et al., 2010) ผลการวิเคราะห์ แสดงดังตารางที่ 44

ตารางที่ 44 ค่า T-Statistics ของสัมประสิทธิ์เส้นทางโมเดลโครงสร้าง (Inner Model)

ตัวแปรแฝง	Path coefficient (Direct effect)	T-Statistics	P
ICP → IB	0.865	47.37	0.000
IB → IP	0.607	9.09	0.000
ICP → IP	0.235	3.52	0.000
OC → ICP	0.361	5.23	0.000
COC → ICP	0.091	2.18	0.030
ตัวแปรแทรก PP*OC → ICP	0.061	3.05	0.002
ตัวแปรแทรก PP*COC → ICP	-0.003	0.07	0.945
ตัวแปรแทรก SE*OC → ICP	-0.070	1.68	0.094
ตัวแปรแทรก SE*COC → ICP	-0.060	1.10	0.271

จากตารางที่ สามารถสรุปประเด็นผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.865 ค่า $t = 47.37$ และ $p = 0.000$ แสดงให้เห็นว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.607 ค่า $t = 9.09$ และ $p = 0.000$ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.235 ค่า $t = 3.52$ และ $p = 0.000$ แสดงให้เห็นว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. บรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.361 ค่า $t = 5.23$ และ $p = 0.000$ แสดงให้เห็นว่าบรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.091 ค่า $t = 2.18$ และ $p = 0.030$ แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

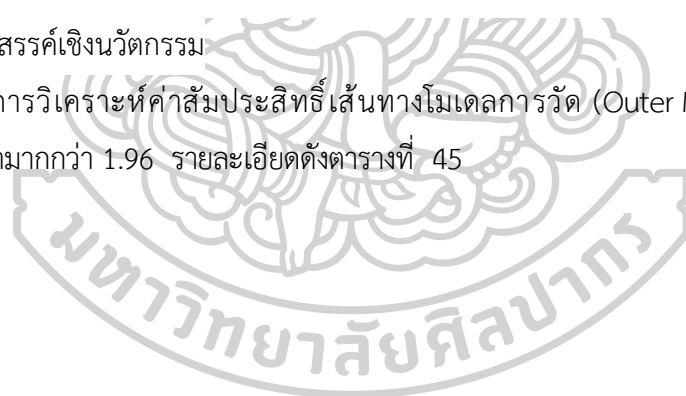
6. ตัวแปรแทรก PP*OC กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.061 ค่า $t = 3.05$ และ $p = 0.002$ แสดงให้เห็นว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

7. ตัวแปรแทรก PP*COC กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = -0.003 ค่า $t = 0.05$ และ $p = 0.945$ แสดงให้เห็นว่า บุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

8. ตัวแปรแทรก SE*OC กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = -0.070 ค่า $t = 1.69$ และ $p = 0.094$ แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

9. ตัวแปรแทรก SE*COC กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = -0.060 ค่า $t = 1.10$ และ $p = 0.271$ แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโมเดลการวัด (Outer Model) พิจารณาว่า T-statistics มีค่ามากกว่า 1.96 รายละเอียดดังตารางที่ 45



ตารางที่ 45 ค่า T-Statistics ของ Outer Model

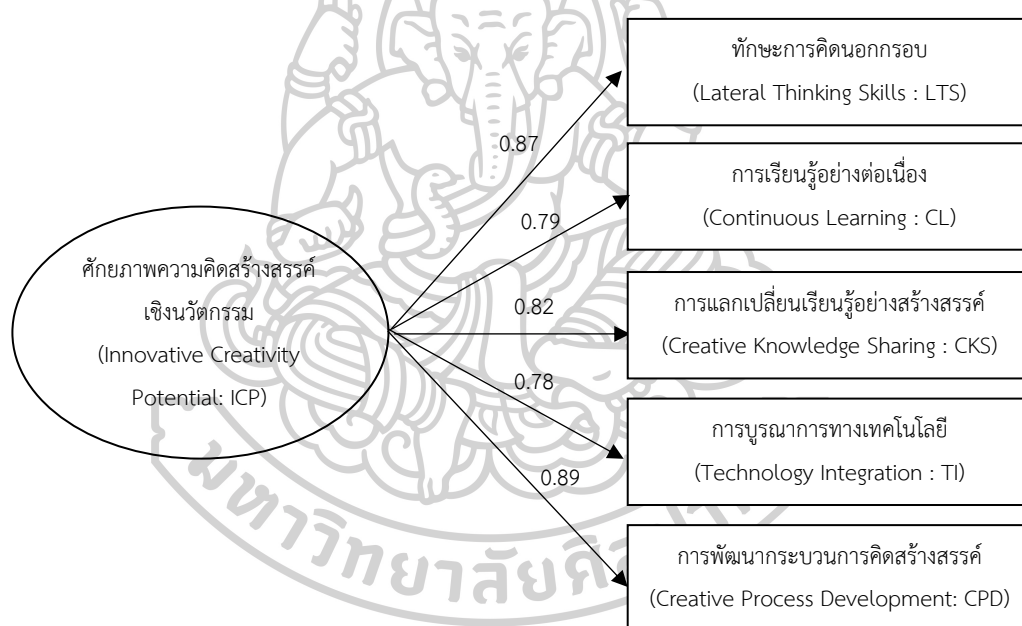
	ICP	IB	IP	OC	COC
ทักษะการคิดนอกกรอบ (LTS)	66.46				
การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (CL)	34.11				
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (CKS)	46.14				
การบูรณาการทางเทคโนโลยี (TI)	28.20				
การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (CPD)	72.12				
การสร้างความคิดใหม่ (IG)		93.98			
การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (IM)		91.65			
การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CI)		34.11			
Performance1			23.00		
Performance2			36.85		
Performance3			38.48		
Performance4			33.14		
Performance5			54.27		
Performance6			31.99		
สิ่งจูงใจขององค์กร (OI)				38.27	
งานที่มีความท้าทาย (CW)				62.07	
ความพร้อมของทรัพยากร (RR)				78.37	
อิสระในงาน (WA)				45.57	
การส่งเสริมของหัวหน้างาน (SUE)				66.98	
บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (TCI)				33.03	
การมุ่งเน้นความสำเร็จ (AO)					7.61
การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (SA)					6.89
การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (PM)					6.07
การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (IR)					8.02

จากตารางที่ 45 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของโมเดลการวัด (Outer Model) ค่า T-Statistics ของ ทุกตัวชี้วัดมีค่ามากกว่า 1.96 และมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุและปัจจัยผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักของปัจจัยเชิงสาเหตุและปัจจัยผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อใช้ตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการวัดตัวแปรแฝง รวมทั้งยืนยันตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละกลุ่มขององค์ประกอบหลัก ดังรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1) ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะการคิดนอกกรอบ (LTS) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (CL) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (CKS) การบูรณาการทางเทคโนโลยี (TI) และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (CPD) แสดง รายละเอียดดังนี้



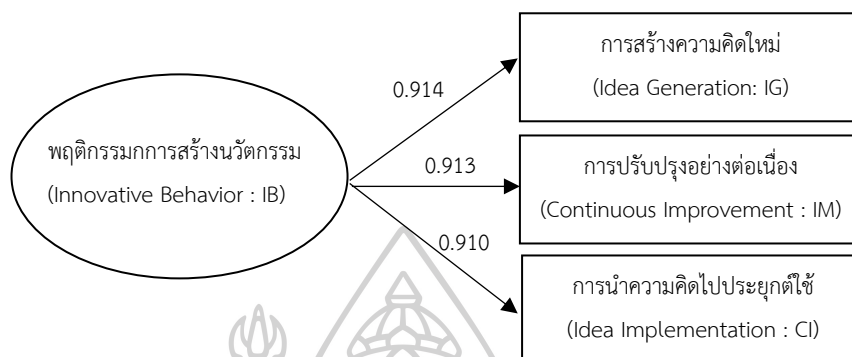
ภาพที่ 17 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ตารางที่ 46 สรุปองค์ประกอบศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัด (AVE)	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (CR)
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP)	ทักษะการคิดนอกกรอบ (LTS)	0.87	2	0.69	0.92
	การเรียนรู้้อย่างต่อเนื่อง (CL)	0.79	4		
	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (CKS)	0.82	3		
	การบูรณาการทางเทคโนโลยี (TI)	0.78	5		
	การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (CPD)	0.89	1		

จากภาพที่ 17 และตารางที่ 46 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) ด้านทักษะการคิดนอกกรอบ (LTS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 ด้านการเรียนรู้้อย่างต่อเนื่อง (CL) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (CKS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 ด้านการบูรณาการทางเทคโนโลยี (TI) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78 และด้านการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (CPD) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 ซึ่งองค์ประกอบทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.40 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัด (AVE) มีค่าเท่ากับ 0.69 มีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Hair et al., 2011) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (CR) มีค่าเท่ากับ 0.92 ($CR \geq 0.70$) (Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีความน่าเชื่อถือจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเมื่อปรับโมเดล

2) พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร ได้แก่ การสร้างความคิดใหม่ (IG) การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (IM) และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CI) แสดงรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 18 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

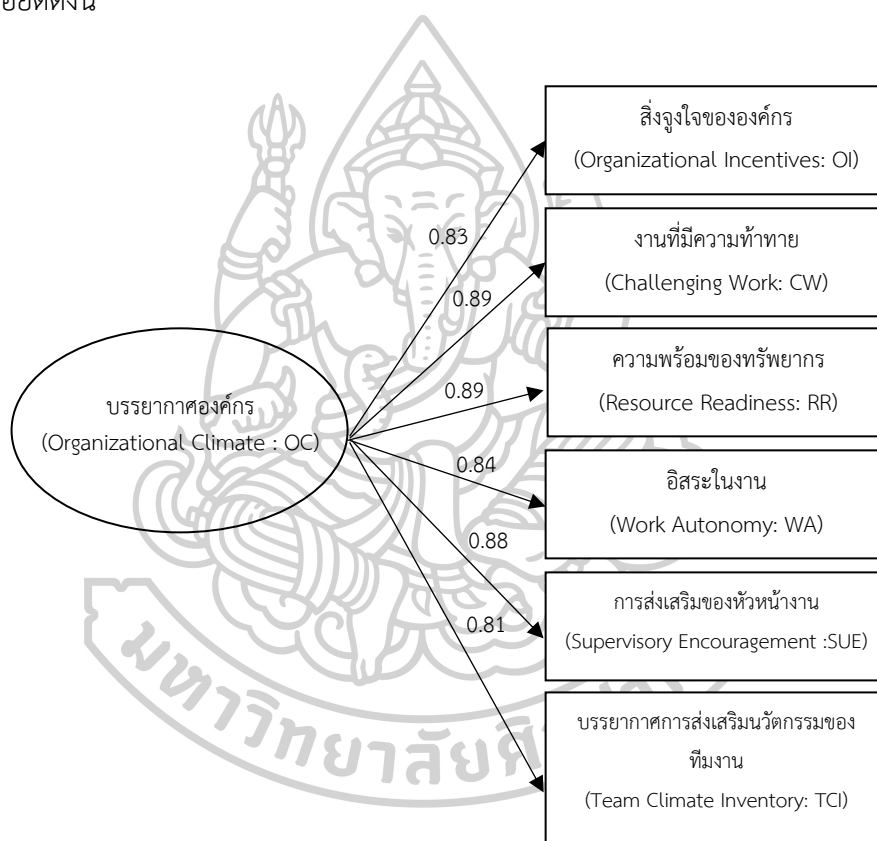
ตารางที่ 47 สรุปองค์ประกอบพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัด (AVE)	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (CR)
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB)	การสร้างความคิดใหม่ (IG)	0.914	1	0.83	0.94
	การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (IM)	0.913	2		
	การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CI)	0.910	3		

จากภาพที่ 18 และตารางที่ 47 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB) ด้านการสร้างความคิดใหม่ (IG) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.914 การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ (IM) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.913 และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CI) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.910 ซึ่งองค์ประกอบทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.40 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al.,

2010) จากการพิจารณาค่าความ แปรปรวนเฉลี่ยที่สกัด (AVE) มีค่าเท่ากับ 0.83 มีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Hair et al., 2011) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (CR) มีค่าเท่ากับ 0.94 (CR \geq 0.70) (Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม มีความน่าเชื่อถือจากผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันเมื่อปรับโมเดล

3) บรรยากาศองค์กร (OC) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร ได้แก่ สิ่งจูงใจขององค์กร (OI) งานที่มีความท้าทาย (CW) ความพร้อมของทรัพยากร (RR) อิสระในงาน (WA) การส่งเสริมของหัวหน้างาน (SUE) และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (TCI) แสดงรายละเอียดดังนี้



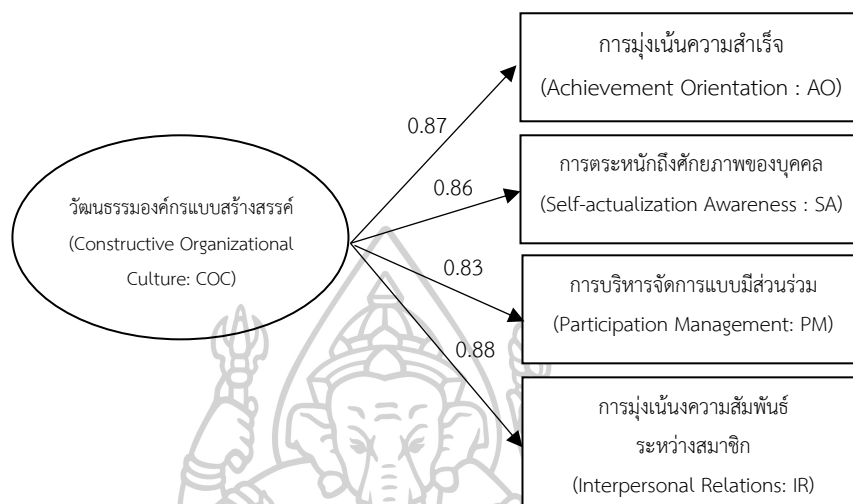
ภาพที่ 19 ผลการวิเคราะห์บรรยากาศองค์กร

ตารางที่ 48 สรุปองค์ประกอบบรรยากาศองค์กร

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่ สกัด (AVE)	ค่าความ เชื่อมั่น ของ แบบวัด (CR)
บรรยากาศ องค์กร (OC)	สิ่งจูงใจขององค์กร (OI)	0.83	5	0.74	0.94
	งานที่มีความท้าทาย (CW)	0.89	1		
	ความพร้อมของ ทรัพยากร (RR)	0.89	1		
	อิสระในงาน (WA)	0.84	4		
	การส่งเสริมของ หัวหน้างาน (SUE)	0.88	3		
	บรรยากาศการ ส่งเสริมนวัตกรรม ของทีมงาน (TCI)	0.81	6		

จากภาพที่ 19 และตารางที่ 48 บรรยากาศองค์กร (OC) ด้านสิ่งจูงใจขององค์กร (OI) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.83 ด้านงานที่มีความท้าทาย (CW) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 ด้านความพร้อมของทรัพยากร (RR) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 ด้านอิสระในงาน (WA) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 ด้านการส่งเสริมของหัวหน้างาน (SUE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 และด้านบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (TCI) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 ซึ่งองค์ประกอบทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.40 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัด (AVE) มีค่าเท่ากับ 0.74 มีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Hair et al., 2011) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (CR) มีค่าเท่ากับ 0.94 (CR \geq 0.70) (Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตของบรรยากาศองค์กรมีความน่าเชื่อถือจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเมื่อปรับโมเดล

4) วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร ได้แก่ การมุ่งเน้นความสำเร็จ (AO) การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (SA) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (PM) และการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (IR) แสดงรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 20 ผลการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์

ตารางที่ 49 สรุปลองค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์

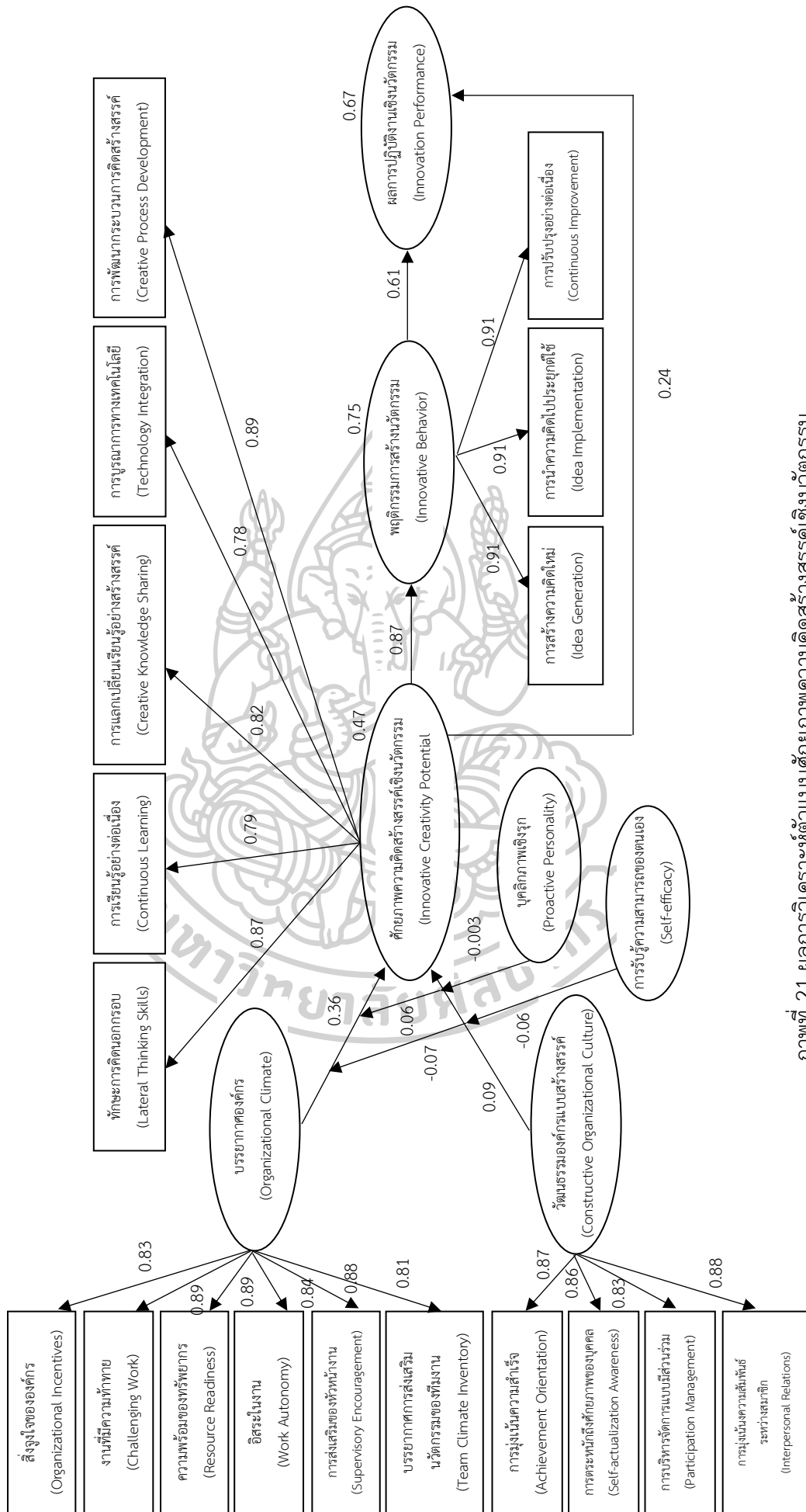
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่ สกัด (AVE)	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด (CR)
วัฒนธรรม องค์กรแบบ สร้างสรรค์ (COC)	การมุ่งเน้น ความสำเร็จ (AO)	0.87	2	0.74	0.92
	การตระหนักถึง ศักยภาพของบุคคล (SA)	0.86	3		
	การบริหารจัดการ แบบมีส่วนร่วม (PM)	0.83	4		
	การมุ่งเน้น ความสัมพันธ์ ระหว่างสมาชิก (IR)	0.88	1		

จากภาพที่ 20 และตารางที่ 49 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC) ด้านการมุ่งเน้นความสำเร็จ (AO) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 ด้านการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (SA) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.86 ด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (PM) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.83 และด้านการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (IR) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 ซึ่งองค์ประกอบทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.40 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัด (AVE) มีค่าเท่ากับ 0.74 มีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Hair et al., 2011) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (CR) มีค่าเท่ากับ 0.92 ($CR \geq 0.70$) (Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ มีความน่าเชื่อถือจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเมื่อปรับโมเดล

3.4 ผลการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โมเดลสมมติฐานการวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโมเดลโครงสร้าง (Inner Model) และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโมเดลการวัด (Outer Model) พิจารณาค่า T-statistics > 1.96 มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติ การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของความแม่นยำของการพยากรณ์ และการพิจารณาคุณภาพโมเดลภาพรวม ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม แสดงดังภาพที่ 21





ภาพที่ 21 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

3.5 ผลทดสอบอิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม สามารถพิจารณาได้จาก ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม บรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่แข็งแกร่งมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ คือ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม รองลงมาคือ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในขณะเดียวกัน ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อทดสอบและอธิบายสมมติฐานของการวิจัย ประกอบด้วยอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 50 ค่าอิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรเชิงสาเหตุ (Antecedents)	ตัวแปรผล (Consequences)								
	ศักยภาพความคิด สร้างสรรค์เชิง นวัตกรรม (ICP)			พฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรม (IB)			ผลการปฏิบัติงานเชิง นวัตกรรม (IP)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ศักยภาพความคิด สร้างสรรค์เชิง นวัตกรรม (ICP)				0.87*		0.87*	0.24*	0.53*	0.63*
พฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรม (IB)							0.61*		0.61*
บรรยากาศองค์กร (OC)	0.36*		0.36*					0.28*	0.28*
วัฒนธรรมองค์กร แบบสร้างสรรค์ (COC)	0.09*		0.09*		0.08*	0.08*		0.07*	0.07*
บุคลิกภาพเชิงรุก (PP)	0.42*		0.42*		0.37*	0.37*		0.32*	0.32*
การรับรู้ ความสามารถของ ตนเอง (SE)					0.05	0.05		0.05	0.05

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; DE คือ อิทธิพลทางตรง; IE คือ อิทธิพลทางอ้อม; TE คือ อิทธิพลรวม

จากตารางที่ 50 พบว่า ตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของตัวแปรเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น มีค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และ อิทธิพลรวม โดยเรียงลำดับตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม พบว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.87 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.87 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.61 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.61 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

สมมติฐานที่ 3 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP) โดยมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (IB) เป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.53 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.63 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3

สมมติฐานที่ 4 บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่าบรรยากาศองค์กร (OC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.36 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.36 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4

สมมติฐานที่ 5 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.36 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.09 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5

สมมติฐานที่ 6a บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่าบุคลิกภาพเชิงรุก (PP) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร (OC) กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 6a

สมมติฐานที่ 6b บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่าบุคลิกภาพเชิงรุก (PP) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC) กับศักยภาพ

ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 6b

สมมติฐานที่ 7a การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง (SE) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร (OC) กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 7a

สมมติฐานที่ 7b การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SE) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (COC) กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (ICP) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 7b

ดังนั้น จึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ตารางที่ 51 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6a บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 51 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6b บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 7a การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 7b การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	ปฏิเสธสมมติฐาน

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการรวบรวมข้อมูล โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาผู้ให้ข้อมูลหลัก และเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความรู้ความสามารถในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้ข้อมูลหลักที่มีข้อมูลที่มากและลึกตรงกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาและมีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Information-rich Cases) และสามารถนำข้อมูลมาอธิบาย ยืนยัน และขยายผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจน ลุ่มลึก และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งสิ้น 11 คน โดยใช้คำถามกึ่งโครงสร้างที่ครอบคลุมเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม องค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ได้แก่ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ได้แก่ บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม มีรายละเอียดดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้สรุปรายละเอียดเบื้องต้นของผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งมีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์ มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ TCI 1 มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในกิจกรรมการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับมหาวิทยาลัยและระดับประเทศ มีประสบการณ์การทำงานบริษัท 16 ปี และอาจารย์มหาวิทยาลัย 8 ปี

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์และหัวหน้าหน่วยจัดการงานวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์ มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ TCI 2 มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในกิจกรรมการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับมหาวิทยาลัยและระดับภาค มีประสบการณ์ในตำแหน่งอาจารย์มหาวิทยาลัย 13 ปี ได้รับรางวัลบุคลากรที่มีผลงานดีเด่น ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม ในการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 11 และนานาชาติครั้งที่ 4 วิทยาการจัดการวิชาการ 2022

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดำรง ตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันเทคโนโลยีดิจิทัล ประสบการณ์การทำงาน 21 ปี มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการในฐานข้อมูล Scopus มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในกิจกรรมการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับมหาวิทยาลัย ระดับภาค และระดับประเทศ

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์ และเป็นทีที่ปรึกษาด้านธุรกิจและบริหารจัดการ มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและแผนธุรกิจ การบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในกิจกรรมการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับมหาวิทยาลัย ระดับภาค และระดับประเทศ

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยอธิการบดี และเป็นทีที่ปรึกษาบริษัท มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ TCI 1 และ TCI 2 มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในกิจกรรมการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับมหาวิทยาลัย และระดับประเทศ

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์ ดร. ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย

ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการในฐานข้อมูล Scopus มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์ ดร. มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการในฐานข้อมูล Scopus มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปี

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ TCI 1 และ TCI 2 มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์ ดร. มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการในฐานข้อมูล Scopus TCI 1 และ TCI 2 มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในกิจกรรมการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับมหาวิทยาลัย ประสบการณ์การทำงาน 13 ปี

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์ ดร. มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการในฐานข้อมูล TCI 1 มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในกิจกรรมการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับมหาวิทยาลัย ระดับภาค และระดับประเทศ ประสบการณ์การทำงาน 13 ปี ได้รับรางวัลอาจารย์ที่มีผลงานยอดเยี่ยมในการส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11 บุคลากรสายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์ มีผลงานเชิงประจักษ์ของผลงานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการในฐานข้อมูล TCI 2 มีการบริการวิชาการและจัดกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม และมีประสบการณ์การทำงาน 14 ปี

4.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ การแสวงหารูปแบบ กระบวนการ วิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างคุณค่าแก่งานด้วยสิ่งใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงาน เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานให้กับองค์กร ช่วยให้องค์กรเพิ่มผลลัพธ์ใหม่ โดยใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ด้วยเหตุนี้ บุคลากรจึงจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ให้สอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาองค์กรในการสร้างองค์กรนวัตกรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

ควบคู่ไปกับความพร้อมในการรับมือกับวิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร ความรุนแรงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ทักษะความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเป็นทักษะที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงาน และบรรลุเป้าหมายขององค์กรในศตวรรษที่ 21 องค์กรจึงต้องมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ในขณะเดียวกันบุคลากรต้องมีการปรับตัวตนเองให้เข้ากับทิศทางในการพัฒนาองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย และก่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนั้น ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ผลลัพธ์ของงานที่ดีขึ้นและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้ระบุถึงองค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาบุคลากร ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยสามารถอธิบายรายละเอียดตามองค์ประกอบได้ดังนี้

4.2.1 ทักษะการคิดนอกกรอบ จากการศึกษาพบว่า ทักษะการคิดนอกกรอบเป็นทักษะที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด สำหรับการคิดแบบทางตรงหรือการคิดอย่างมีเหตุผล เป็นการคิดแก้ไขปัญหาแบบเดิมที่ไม่สามารถใช้แก้ไขปัญหาภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันได้ทั้งหมด การคิดนอกกรอบจึงเป็นกระบวนการคิดแบบทางอ้อมในการแก้ไขปัญหา และเป็นการขยายความสามารถในการแก้ไขปัญหาสำหรับสถานการณ์ที่ท้าทายได้ ด้วยเหตุนี้ องค์กรจึงต้องการบุคลากรที่มีความสามารถในการคิดนอกกรอบ มีทักษะในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ใช้วิธีการและกลยุทธ์ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกระบวนการทำงาน การคิดนอกกรอบจึงนำไปสู่ความคิดริเริ่ม ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรมได้ และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถในการแข่งขันและการอยู่รอดขององค์กร ดังนั้นทักษะการคิดนอกกรอบจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และจำเป็นสำหรับการพัฒนาตนเอง และสามารถนำทักษะนี้ไปใช้แก้ไขปัญหาในการทำงาน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น และนำมาซึ่งนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“สำคัญตรงที่การคิดนอกกรอบ จะทำให้เรามองสิ่งต่างๆ ได้แตกต่างจากคนอื่น และการคิดของเราไม่มีการจำกัดขอบเขตใดๆ ซึ่งทำให้เกิดความสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5, 2565)

“การคิดนอกกรอบ ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานมีความกล้าที่จะตัดสินใจหรือปรับมุมมองตนเอง ในการที่จะดำเนินการอะไรซักอย่าง เพื่อก่อให้เกิดความสร้างสรรค์ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานความ

ถูกต้องและสร้างสรรค์ เป็นไปในทิศทางเดียวกับองค์กร ซึ่งการคิดนอกกรอบนี้ อาจจะสามารถช่วยให้อาจจะการพัฒนา / แนวทางขององค์กร มีทิศทางที่หลากหลายขึ้น มากกว่าที่จะคิดภายในกรอบอยู่แต่ในระบบเดิม ๆ เพราะการคิดนอกกรอบ หรือการคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อาจก่อให้เกิดหรือพัฒนา กลายเป็นนวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8, 2565)

“การคิดนอกกรอบ น่าจะเป็นเหมือนการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ การมีมุมมองที่แตกต่างกับคนอื่น คิดหลายด้าน รวมทั้งช่างสังเกต คิดวิเคราะห์ถึงแนวทางในการพัฒนาสิ่งเก่าให้ดีขึ้น ซึ่งช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

4.2.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่า บุคลากรเห็นถึงความสำคัญขององค์ความรู้และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถพัฒนากระบวนการคิด การเรียนรู้อย่างไม่หยุดนิ่ง จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจบริบทในการดำเนินงานในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ง่ายขึ้น และยังเป็นแนวทางในการนำความรู้สู่การคิดอย่างสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม รวมทั้งการบูรณาการความรู้ การประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ บุคลากรจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ พัฒนาความรู้ และทักษะใหม่ ๆ เพื่อให้มองเห็นมุมมองใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหา การเรียนรู้ต้องมีความยืดหยุ่นและต่อเนื่อง ทั้งนี้บุคลากรเชื่อว่าหากได้รับการสนับสนุนการเรียนรู้ที่ดีและต่อเนื่อง จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ ๆ เกิดนวัตกรรม และบรรลุผลสำเร็จได้ และยังช่วยให้องค์กรเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ปรับตัว เปลี่ยนแปลง และบรรลุเป้าหมายหมายได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยทักษะและความรู้ของบุคลากร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งหากองค์กรไม่มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ก็อาจมีผลทำให้องค์กรไม่มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เหมาะสมตามสถานการณ์ในปัจจุบัน และโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดก็จะลดลงเช่นกัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีความหมายในตัวอยู่แล้วก็คือการที่ไม่หยุดที่จะศึกษาความรู้ใหม่ ๆ ปัญหาใหม่ ๆ ที่ท้าทายองค์กรอยู่ตลอดเวลา รวมถึงเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลก ณ ปัจจุบันนี้ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญในการช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ตัวตัวและพร้อมเผชิญกับปัญหาที่มีมาให้แก้ไข ทำให้องค์กรสมัยใหม่มีความสามารถในการจัดการสิ่งเหล่านั้นได้อย่างราบรื่นและยั่งยืน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

“ความรู้ควรมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา สิ่งเดิมที่รู้อาจจะไม่เป็นจริงเมื่อวันเวลาผ่านไป หรือสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการเรียนรู้เพื่อที่จะพัฒนานวัตกรรมก็ควรต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

4.2.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ จากการศึกษาพบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นหนึ่งในกระบวนการที่สำคัญของการจัดการความรู้ที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการทำงานร่วมกัน ซึ่งปัจจุบันองค์กรให้ความสำคัญกับการเป็นทีมมากขึ้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการโต้ตอบ แบ่งปัน แพร่ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และทักษะต่างๆ ทำให้เกิดความคิดต่อยอดหรือความคิดใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์ และทำให้ความแพร่กระจายไปได้ไกลมากขึ้น ทั้งนี้บุคลากรยังเห็นว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ และเป็นการพัฒนาทักษะของตนเอง ที่ช่วยให้บุคลากรมีประสิทธิภาพและทำงานได้ดีขึ้น การแบ่งปันความคิดและความรู้ จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการแก้ไขปัญหา นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม และปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรการสร้างสรรคเชิงนวัตกรรมได้ ดังนั้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์จึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อหาแนวทางความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เชิงนวัตกรรม ทำให้ได้มุมมองในการทำงานหรือดำเนินธุรกิจใหม่ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2, 2565)

“การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ มีส่วนช่วยมากครับ เพราะคนเราไม่เก่งและถนัดในทุก ๆ ด้าน การสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมก็เช่นเดียวกัน นวัตกรรมกว่าจะได้มาสักเรื่องก็ต้องมาจากการที่เราไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนที่มีความถนัดหรือเก่งกว่า เพื่อให้ได้แนวคิดเชิงนวัตกรรมและนวัตกรรมที่ดีกว่าเดิม ดังนั้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ที่เก่งกว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3, 2565)

“การได้แลกเปลี่ยนจะเกิดการเรียนรู้สิ่งนั้นในมุมมองใหม่ ๆ ช่วยสร้างมิติใหม่ขององค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4, 2565)

“การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ หรือเกิดเป็นนวัตกรรมได้ โดยที่การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันนั้น จะทำให้เกิดการต่อยอดแนวความคิด และพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

4.2.4 การบูรณาการทางเทคโนโลยี จากการศึกษาพบว่า บุคลากรเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยี เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ บุคลากรที่มีความสามารถในการผสมผสานเทคโนโลยีและสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้

อย่างเหมาะสม จะสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพิ่มขีดความสามารถ และผลการปฏิบัติงาน จากการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และเนื่องด้วยในสถานการณ์ปัจจุบัน บุคลากรจำเป็นต้องมีการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการประชุม การแบ่งปันข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล ทั้งภายในและภายนอกองค์กร หรือแม้แต่ใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอน และกิจกรรมทางวิชาการ บุคลากรจึงไม่อาจปฏิเสธการบูรณาการทางเทคโนโลยีกับการปฏิบัติงานได้ตามการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ทั้งนี้ การบูรณาการทางเทคโนโลยีช่วยให้เกิดการพัฒนาความคิด การสร้างความสัมพันธ์ การทำงานร่วมกัน และการสื่อสาร ช่วยสนับสนุนการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเผยแพร่ แบ่งปันข้อมูล และความรู้ในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิดการแนวคิดใหม่ๆ จากการใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่ดี และช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“การบูรณาการทางเทคโนโลยีช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ หรืออาจนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือระบบเดิมที่ล้าสมัยไปแล้ว เช่น การพัฒนาระบบในการติดต่อสื่อสารในปัจจุบันที่สามารถพูดคุยและมองเห็น ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น ผ่าน line call, FB messenger Zoom แทนระบบโทรศัพท์ในสมัยก่อน ซึ่งในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับ ฝ่ายผลิต ฝ่ายวิจัยพัฒนา ฝ่ายวิศวกรรม ในองค์กรในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในทางเทคโนโลยีขององค์กรให้เหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติอยู่แล้ว เช่น การประชุม การติดต่อสื่อสาร การผลิตสื่อการเรียนการสอน และยังมีบูรณาการเทคโนโลยีกับการเรียนการสอน และการบริการวิชาการ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน และช่วยให้นักศึกษาได้เรียนรู้ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับภาวะปัจจุบันมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2, 2565)

“ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเปิดใจยอมรับสิ่งใหม่ๆ ตามการเปลี่ยนแปลงในยุคสมัยใหม่นี้ เมื่อเปิดใจรับสิ่งใหม่ ย่อมเกิดการเรียนรู้ ซึ่งการบูรณาการทางเทคโนโลยีจะสามารถพัฒนาทักษะทางการคิด และเทคโนโลยีควบคู่กันไป จนสามารถนำความรู้หรือแนวคิดใหม่ไปพัฒนา soft skill เพื่อการพัฒนาต่อไปได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8, 2565)

4.2.5 การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ จากการศึกษาพบว่า การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแนวคิดใหม่ และการจัดการกับความท้าทายภายใต้สถานการณ์ที่ยากลำบาก กระบวนการสร้างสรรค์ เป็นการค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบโดยการมองหาวิธีการใหม่ ความคิดและการกระทำที่สร้างสรรค์ ล้วนผ่านกระบวนการคิด ซึ่งในแต่ละบุคคลอาจมีกระบวนการคิดที่แตกต่างกัน บุคลากรจึงจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ อยู่เสมอ เพื่อให้มีความสามารถในการแก้ปัญหา และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีการระดมสมอง ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ผ่านการประชุมหรือจัดกิจกรรม ซึ่งช่วยให้บุคลากรเกิดการกระตุ้นความคิด รวบรวม และเชื่อมโยงความคิด หรือการแบ่งปันแนวคิด เพื่อให้ได้ความคิดใหม่ที่มีความหลากหลาย นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม และช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น ดังนั้นบุคลากรจึงเห็นว่าความคิดสร้างสรรค์สามารถพัฒนาได้ผ่านการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ และจำเป็นได้รับการฝึกฝนอยู่เสมอ และมีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาที่ต่อยอดจากไอเดียที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ หรือแนวคิดใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อมีการพัฒนาไอเดียอย่างต่อเนื่องจึงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งเสริมศักยภาพทางความคิดของพนักงานในองค์กรในการรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างยั่งยืน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

“การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ช่วยให้เกิดการคิดสิ่งใหม่ ๆ อย่างเป็นขั้นตอน จนกระทั่งสามารถคิดแก้ไขปัญหาจนสำเร็จ การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ หากได้รับการฝึกฝนพัฒนาอยู่เสมอ ก็จะช่วยส่งเสริมศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

“การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดีขึ้น สามารถทำงานได้เร็วขึ้น งานมีความถูกต้องมากขึ้น กระบวนการทำงานลดลง แต่ถ้าพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ หมายถึงมีแนวทางให้บุคลากรคิดสร้างสรรค์ได้ ก็น่าจะช่วยให้คนที่มีความศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ต่ำ สามารถเรียนรู้วิธีการสร้างนวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

4.3 ผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

จากการศึกษาผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ซึ่งมีรายละเอียดจากประเด็นที่ศึกษาดังนี้

4.3.1 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม โดยบุคลากรที่มีทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม กล่าวคือ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมเกิดขึ้นจากการใช้ทักษะในการแก้ไขปัญหาในการพัฒนา การสร้างสรรค์และนำแนวคิดใหม่ๆ ไปประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และช่วยให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่เกิดจากศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีรายละเอียดดังนี้

1) การสร้างความคิดใหม่ จากการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จะเกิดพฤติกรรมการสร้างความคิดใหม่ที่ช่วยให้ค้นพบวิธีการแก้ปัญหาและแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาที่หลากหลาย หรือสามารถช่วยปรับปรุงแนวทางเดิม ๆ ที่ไม่สามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหาในปัจจุบันได้ให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์มากขึ้น นอกจากนี้ นวัตกรรมยังเกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างความคิดใหม่ที่ดี ในการรวบรวมความรู้ ความคิด และการผสมผสาน เพื่อขยายความคิดให้กว้างขึ้น บุคลากรจึงต้องปรับแนวคิด ยอมรับและเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางความคิด นำไปสู่พฤติกรรมการสร้างความคิดใหม่อยู่เสมอ และเป็นจุดเริ่มต้นของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“ปกติแล้วก็เป็นคนที่ชอบคิดอะไรใหม่ๆ อยู่แล้ว และชอบมองปัญหาที่อยู่รอบๆ ด้านของตัวเองและคนอื่นๆ ทำให้เราเห็นว่า เมื่อคนเกิดปัญหาเขาก็จะสร้างนวัตกรรมขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหา นั่นๆ จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ยากให้เราพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหา นั่นๆ ให้กับคนอื่น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3, 2565)

“ในทุกกระบวนการคิดที่ถูกลงนามมาจากสมองจะก่อให้เกิดพฤติกรรม ในการแสดงออก ดังนั้นเมื่อเราเปลี่ยน mind set และเปิดรับวิธีการ/กระบวนการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ synthesis แบบใหม่ ก็จะก่อให้เกิด Act ในรูปแบบใหม่จนกลายเป็น behavior ติดตัวไปค่ะ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4, 2565)

“การที่บุคลากรในองค์กรมีความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมถึงการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามา ยอมรับและปรับตัวเข้ากับปัญหาที่มีอยู่เสมอ

ยอมก่อให้เกิดพฤติกรรมการสร้างความคิดสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาทำให้องค์กรให้เป็นองค์กรเชิงนวัตกรรม เกิดเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ แบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ และประยุกต์ใช้นวัตกรรมให้ก้าวทันโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

2) การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ จากการศึกษาพบว่า บุคลากรเห็นความสำคัญของการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ กล่าวคือ ความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ คือมุ่งสร้างวิธีแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่ และช่วยส่งเสริมผลผลิต หรือผลลัพธ์ เพื่อให้การปฏิบัติงานประสบผลสำเร็จ และความคิดสร้างสรรค์จะไม่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้ หากไม่ได้นำความคิดนั้นไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม ดังนั้นการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ คือการมุ่งเน้นผลลัพธ์ โดยการนำความคิดสร้างสรรค์หรือแนวคิดใหม่ ผ่านการประเมินความคิด การทดสอบ และนำไปลงมือปฏิบัติจริงนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม รวมถึงการพิจารณาถึงผลตอบแทนจากการใช้นวัตกรรมนั้น ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้ขึ้นอยู่กับโอกาส เงื่อนไข ทรัพยากรที่มีอยู่ รวมถึงแรงผลักดันภายในของแต่ละบุคคล ทั้งนี้บุคลากรยังเห็นว่าการประยุกต์ใช้ขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนจากผู้ที่อำนาจในการตัดสินใจ สภาพแวดล้อมในการส่งเสริม นวัตกรรม หากได้รับการสนับสนุนที่ดี จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรในการต่อยอดองค์ความรู้และนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดนวัตกรรม และยังเป็นการรักษาบุคลากรที่มีความสามารถได้เป็นอย่างดี และช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“เมื่อใดก็ตามที่บุคลากรในองค์กรเริ่มมีความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และนำความคิดริเริ่มใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานที่ตนได้รับมอบหมาย นั้นหมายความว่าในองค์กรยอมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของพนักงานคนอื่น ๆ ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม เพราะว่าหากความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้นมีการนำไปใช้แล้วส่งผลทางด้านดี ก็จะเป็นที่ยอมรับและพัฒนาต่อยอดจากนั้นเป็นต้นมา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

“นวัตกรรมจะเกิดผลสำเร็จได้ เมื่อเรามีการประยุกต์ใช้ความคิด กระบวนการ หรือขั้นตอนการทำงานใหม่ในงานของตนเอง กลุ่มงาน หรือองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

“ผู้ที่มีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมสูง บุคคลนั้นก็จะมี ความรู้ความสามารถ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม มีทักษะในการปฏิบัติงานดีขึ้น และมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน ซึ่งจะส่งผลให้มีการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน รวมถึงการแก้ปัญหาสูงขึ้นตามไปด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

3) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่า บุคลากรเห็นว่าการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เป็นพฤติกรรมหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยพัฒนากระบวนการทำงานหรือพัฒนาความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ดียิ่งขึ้น ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และอิทธิพล

ของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้บุคลากรต้องปรับปรุงพัฒนาทักษะความสามารถ เพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อพร้อมรับต่อเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้บุคลากรที่มีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรม การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากบุคลากรที่มีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จะเป็น บุคคลที่มีความพยายามในการปรับปรุงความรู้ความสามารถ ปรับปรุงทักษะในการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น สามารถสร้างองค์ความรู้และต่อยอดองค์ความรู้ และก่อให้เกิดนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการ ปฏิบัติงานและบรรลุเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้พฤติกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ขึ้นอยู่กับปัจจัย ส่วนบุคคล ทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ เจตคติที่ดีต่อการทำงาน รวมถึงการได้รับการ สนับสนุนจากหัวหน้างานและองค์กร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทำให้เกิดพฤติกรรมปรับปรุง อย่างต่อเนื่อง คือเมื่อมีการคิดหาหนทางแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อแก้ปัญหาในประเด็นต่าง ๆ และพัฒนากระบวนการให้ดีขึ้นไปพร้อม ๆ กับการแก้ปัญหา เพื่อให้เกิดแนวทางใหม่ ๆ ความคิดใหม่ ๆ และปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นทางเลือกที่ก่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดในองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“พฤติกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่องมีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมที่เกิด จากความคิดสร้างสรรค์ ในกระบวนการสร้างนวัตกรรมจะต้องมีการสร้างและการทดสอบ และการ ทดสอบเพื่อการปรับปรุงให้นวัตกรรมมีความสมบูรณ์มากที่สุด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5, 2565)

“พฤติกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เป็นพฤติกรรมที่ทำให้เกิดนวัตกรรม เริ่ม ตั้งแต่การวางแผนการทำงานหรือปรับปรุงงานเก่าให้ดีขึ้น ลงมือปฏิบัติ ในระหว่างลงมือปฏิบัติก็ควรมี การตรวจสอบ มีการเก็บว่าผลการดำเนินการเป็นอย่างไร หากได้ผลการดำเนินงานตามที่ต้องการแล้ว ก็เป็นแนวทางที่ดีให้กับผู้อื่น แต่ถ้ายังไม่ได้ผลตามที่ต้องการ ควรทำการศึกษาหาวิธีปรับปรุงงานให้ดีขึ้นได้อย่างไร โดยอาจจะค้นคว้าเพิ่มเติม หรือหาที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ เพื่อปรับปรุง ให้ดีขึ้นและเกิดผลสำเร็จ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

4.3.2 ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เป็นผลจากการ ใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ การใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน แก้ไขปัญหา หรือ ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้นและมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่า บุคลากรให้ ความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เนื่องจากเป็นตัววัดความสามารถในปฏิบัติงานที่ ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรม จากการใช้ความรู้ ทักษะ การเรียนรู้ การบูรณาการ และการพัฒนา กระบวนการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งบุคคลที่มีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และมีพฤติกรรม

การสร้างนวัตกรรม จะสร้างสรรค์ผลงานที่คุณค่า สามารถสร้างองค์ความรู้และต่อยอดองค์ความรู้ให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ช่วยให้เกิดแนวความคิดใหม่ๆ แนวทางใหม่ๆ ช่วยให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ปรับปรุงพัฒนากระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นสิ่งใหม่ มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อองค์กร และเป็นพื้นฐานของนวัตกรรมองค์กร ที่ช่วยผลักดันให้เกิดนวัตกรรมองค์กร ทั้งนี้ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับทัศนคติส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมด้านนวัตกรรม สิ่งสนับสนุน รวมถึงนโยบาย วิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายขององค์กรด้วย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“บุคคลที่มีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ก่อให้เกิดพฤติกรรม เมื่อมีพฤติกรรมแล้ว ก็จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกว่ายากนำมาปฏิบัติให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นต่อไป และบุคคลหรือทีมงานที่มีศักยภาพย่อมต้องการใช้ศักยภาพของเขาให้เกิดประโยชน์อย่างที่สุด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3, 2565)

“ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเป็นกระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ด้วยการคิดหรือดัดแปลง ทำให้เกิดสิ่งใหม่ได้องค์กร ทำให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม คือ การสร้าง การสนับสนุน หรือการประยุกต์ใช้ความคิด กระบวนการผลิตภัณฑ์หรือขั้นตอนการทำงานใหม่ในส่วนของงานของตัวเอง ในกลุ่มงาน หรือองค์กร โดยสิ่งใหม่ดังกล่าวนี้เป็นผลลัพธ์ที่มีแนวโน้มที่จะแก้ไขปัญหาขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

“บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มุ่งเน้นไปที่การนำความรู้ แนวคิดใหม่ ๆ การใช้ความคิดริเริ่ม กระบวนการหรือวิธีการในรูปแบบใหม่ๆ ที่จะช่วยให้สามารถแก้ปัญหาและมีประโยชน์ บุคคลที่มีพฤติกรรมนี้ จะมีเป้าหมายที่ชัดเจนและมีแผนการทำงานที่เป็นระบบ มีการประเมินความสามารถของตนเองว่าจะสามารถปฏิบัติงานนั้น ๆ ได้สำเร็จหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจลงมือปฏิบัติหรือการปฏิบัติงาน โดยใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

“ในการปฏิบัติงานในยุคปัจจุบันนี้ อยู่กับความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะเรื่องของนวัตกรรม ดังนั้น การชวนขายสิ่งใหม่ การพยายามสร้างรูปแบบ/นวัตกรรมใหม่ๆ นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น การเรียนการสอน จะส่งผลทำให้เนื้อหาการสอนมีความทันสมัย สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8, 2565)

4.4 ปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

จากการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่าบรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ส่งผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งมีรายละเอียดจากประเด็นที่ศึกษาดังนี้

4.4.1 บรรยากาศองค์กร ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคคลเกิดขึ้นจากองค์ประกอบภายในตัวบุคคลและได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบภายนอกตัวบุคคล ซึ่งก็คือสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจภายในความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และจะนำไปสู่พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม บรรยากาศองค์กรซึ่งเป็นองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในองค์กร จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและผลที่อาจเกิดขึ้นจากพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร ดังนั้นลักษณะของบรรยากาศองค์กรจึงเป็นอุปสรรคหรือเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคคลและเกิดนวัตกรรมขององค์กร โดยบรรยากาศองค์กรที่มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย สิ่งจูงใจขององค์กร งานที่มีความท้าทาย ความพร้อมของทรัพยากร อิสระในงาน การส่งเสริมของหัวหน้างาน และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน มีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งจูงใจขององค์กร จากการศึกษาพบว่า สิ่งจูงใจขององค์กรช่วยให้เกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ สิ่งจูงใจเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมแรงจูงใจเชิงบวกของบุคคลที่จะนำไปสู่ความพยายามในการทำงาน ความต้องการมีส่วนร่วมในงาน การปฏิบัติงาน หรือความมุ่งมั่นในการสร้างผลลัพธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้สิ่งจูงใจขององค์กรที่บุคลากรต้องการส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของผลตอบแทนที่เป็นรางวัล การยอมรับ การยกย่องชมเชย การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหัวหน้างาน การได้รับความเห็นอกเห็นใจจากหัวหน้างาน ซึ่งสิ่งจูงใจเหล่านี้ส่งผลต่อแรงจูงใจภายในของบุคคล และทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งถือเป็นการเติมเต็มความต้องการทางสังคม จิตใจ อารมณ์ของผู้ปฏิบัติงาน และทำให้รู้สึกมีคุณค่า และยังเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลมีความพยายามในการนำเสนอและใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น ดังนั้นสิ่งจูงใจขององค์กรจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยสนับสนุนบุคลากรให้ปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่ามิบสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“องค์การหรือธุรกิจ จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้ก็ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ปฏิบัติงาน การที่จะให้ผู้ปฏิบัติงานร่วมมือกับเรานั้นก็ต้องอาศัยสิ่งจูงใจ ดังนั้นสิ่งจูงใจขององค์การ

หรือการส่งเสริมกำลังใจในการปฏิบัติงาน เช่น การเลื่อนขั้นตำแหน่ง การจัดสภาพการทำงานให้ดีขึ้น การยกย่องชมเชย เป็นต้น ย่อมมีผลในเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคคลในองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

“การได้รับขวัญและกำลังใจ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ ไม่ว่าจะมาจากการรับฟัง การร่วมแลกเปลี่ยน และช่วยเหลือในการแก้ปัญหา ตลอดจนรางวัลตอบแทนในรูปแบบต่างๆที่ผู้ปฏิบัติพึงควรได้รับ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10, 2565)

“สิ่งจูงใจ มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เช่น การจัดประกวด หรือการให้รางวัลกับการ สร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีประโยชน์ การสนับสนุนส่งเสริมด้วยการให้ทุนในการพัฒนา ทำให้บุคลากรเกิดความท้อแท้ในการ ทำงาน ลงมือปฏิบัติด้วยแรงจูงใจที่ดี เป็นการกระตุ้นในทางบวก ดีกว่าการกระตุ้นในทางลบด้วยการกำหนดข้อบังคับหรือบทลงโทษ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

2) งานที่มีความท้าทาย จากการศึกษาพบว่า งานที่มีความท้าทายเป็นแรงกระตุ้นที่ดี เนื่องจากจะทำให้พนักงานมีส่วนร่วมและสนใจในบทบาทของตนเอง งานที่มีความท้าทายช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถใช้ความรู้ความสามารถได้เต็มศักยภาพ มีความพยายามในการคิดหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่นอกเหนือจากวิธีการเดิม ทำให้เกิดการพัฒนาความคิดเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ ๆ นอกจากนี้การที่บุคลากรได้รับมอบหมายงานที่มีความยากในระดับหนึ่ง หรือมีความซับซ้อนมากขึ้น จะช่วยเพิ่มความสนใจในการทำงานและช่วยลดความน่าเบื่อหน่ายในการทำงานที่ไม่ท้าทาย และยังทำให้บุคลากรรู้สึกว่าได้ทำงานที่มีความหมาย มีความสำคัญต่อองค์กรและทำให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงานมากขึ้น ทั้งนี้การมอบหมายงานที่มีความท้าทายต้องสอดคล้องกับทักษะ ความรู้ ความสามารถ ทรัพยากร และการสนับสนุนที่จำเป็นต่อการเอาชนะความท้าทาย รวมทั้งองค์กรต้องสนับสนุนการเพิ่มพูนทักษะ และทรัพยากรที่จำเป็นเหล่านั้นอย่างเหมาะสมด้วย ดังนั้นงานที่มีความท้าทายจึงถือเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและเกิดพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“ความท้าทายของงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานใดก็ตามในองค์กรย่อมส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เมื่อบุคลากรได้รับมอบหมายให้ทำงานที่ยากขึ้นหรืองานที่มีรายละเอียดซับซ้อนเพิ่มขึ้น ย่อมทำให้เกิดกระบวนการความคิดที่ซับซ้อนและหากสามารถแก้ไขหรือทำงานได้สำเร็จนั้นก็หมายความว่าบุคลากรสามารถพัฒนาและเกิดความคิดใหม่ ๆ ขึ้นภายในองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

“งานที่ทำหาย มักเป็นงานที่ยาก และไม่ได้อยู่ในรูปแบบเดิม ๆ ดังนั้น เมื่อบุคลากรต้องการที่จะทำงานทำหาย ก็จะต้องมีความพยายาม ในการที่จะคิดว่าวิธีการแก้ปัญหา ซึ่งจะไม่ใช้วิธีการเดิมเป็นอย่างแน่นอน จึงทำให้ช่วยเพิ่มศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้มากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

“งานที่มีความทำหาย เช่น จากการได้บูรณาการศาสตร์และองค์ความรู้ ในการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่อยู่นอกเหนือศาสตร์ และองค์ความรู้ในสาขาวิชา และอาศัยความร่วมมือจากเครือข่าย เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมระดับต่างๆ การได้ร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน อาจารย์ และนักศึกษา การปรับปรุงกระบวนการทำงาน ทำให้เกิดการพัฒนา บูรณาการศาสตร์และองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนางาน ต่อยอด และสร้างสรรค์นวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10, 2565)

3) ความพร้อมของทรัพยากร จากการศึกษาพบว่า ความพร้อมของทรัพยากร เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ องค์กรที่สนับสนุนทรัพยากรอย่างเพียงพอ ย่อมทำให้การปฏิบัติงานสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ไม่ว่าจะจะเป็นความพร้อมทางด้านบุคคล ความพร้อมด้านเครื่องมือ เทคโนโลยี ความพร้อมด้านข้อมูล หรือความพร้อมด้านงบประมาณสนับสนุน ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ดังนั้นองค์กรควรมีการควบคุมและจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสมและจำเป็นต่อการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้การจัดการทรัพยากรที่ดี รวมถึงการวางแผนกำหนดเวลา และจัดสรรทรัพยากรให้กับโครงการที่เหมาะสมในเวลาและต้นทุนที่เหมาะสม แผนการจัดการทรัพยากรที่ดีจะเพิ่มผลกำไรสูงสุดให้กับโครงการ และลดของเสียให้เหลือน้อยที่สุด และสิ่งสำคัญคือต้องมีทรัพยากรที่ต้องการในเวลาที่เหมาะสม โดยเฉพาะการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากรและการขับเคลื่อนนวัตกรรมขององค์กรภายใต้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด ความพร้อมของทรัพยากรจึงมีความสำคัญอย่างมากเพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานบรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“หากทรัพยากรมีความพร้อมในทุกด้าน ก็จะเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญ ที่องค์กรจะสามารถดำเนินการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้ เช่น ความพร้อมทางด้านบุคลากร และความพร้อมทางด้านงบประมาณสนับสนุน เป็นต้น ซึ่งโอกาสในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่จะประสบความสำเร็จก็จะมีมากกว่าองค์กรที่ไม่มีความพร้อมของทรัพยากร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“เมื่อมีความคิดสร้างสรรค์แล้ว เป้าหมายก็จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงได้ถ้าเกิดองค์กรไม่มีการสนับสนุนทางด้านเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่จะมาช่วยในการทำงานให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น หากองค์กรใดมีการจัดการด้านทรัพยากรให้มีความพร้อม ก็จะสามารถสร้าง

ความได้เปรียบ แต่หากองค์กรใดที่มีข้อจำกัดเรื่องทรัพยากรก็อาจทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาหรือเติบโตได้ช้ากว่าองค์กรอื่น ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

“ความพร้อมของทรัพยากร เช่น ทรัพยากรทางด้านบุคคล ทรัพยากรทางด้านเครื่องมือ เป็นต้น ถ้าองค์กรมีความพร้อมทางด้านเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ปฏิบัติงานก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานในองค์กรได้ ดังนั้นการมีความพร้อมของทรัพยากรย่อมมีผลต่อการศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

4) อิสระในงาน จากการศึกษาพบว่า บุคลากรมีความต้องการอิสระในการทำงาน เนื่องจากแนวคิด ความสามารถ วิธีการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน การที่ได้รับ ความไว้วางใจในการปฏิบัติงานหรือการตัดสินใจ จะทำให้บุคลากรมีแนวโน้มในการมีส่วนร่วมในงานที่มากขึ้นมากกว่าการถูกจำกัดทางความคิดและการตัดสินใจ บุคคลที่มีอิสระทางความคิด จะสามารถหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่แตกต่าง และมีความสร้างสรรค์ ซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรม นอกจากนี้การให้อิสระในงานแก่บุคลากร ยังเป็นการช่วยเพิ่มแรงจูงใจ และทำให้เกิดความพึงพอใจ และหากบุคลากรขาดอิสระในงาน จะทำให้บุคลากรรู้สึกกดดันในการทำงาน ความคิดถูกปิดกั้น ไม่สามารถใช้ทักษะได้อย่างเต็มศักยภาพ และจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นบุคลากรจึงต้องการได้รับอิสระในการทำงาน เพื่อที่จะสามารถสร้างสรรค์ผลลัพธ์ได้อย่างอิสระ เกิดแนวคิดใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ และสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงได้โดยไม่ถูกจำกัดทางความคิด ซึ่งบางครั้งการถูกจำกัดทางความคิด และถูกรอบด้วยกฎเกณฑ์ก็ขัดขวางความคิดสร้างสรรค์และเป็นการสร้างแรงกดดันให้กับผู้ปฏิบัติงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“หากบุคลากรมีอิสระในการทำงาน ในการคิด ในการแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ถือเป็นการสนับสนุนให้ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมี ประสิทธิภาพประสิทธิผลมากขึ้น และก่อให้เกิดความคิดใหม่ ๆ กระบวนการใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“การให้อิสระการทำงานให้แก่บุคลากรของตนในองค์กร เช่นการตัดสินใจต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง สิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดความสมดุลในการทำงานมากขึ้นในองค์กร โดยการที่ให้ พนักงานหรือบุคลากรในองค์กรมีอิสระทางความคิดโดยไม่ทำการปิดกั้นการแสดงออก ก็จะทำให้ พนักงานมีแนวคิดใหม่ ๆ ซึ่งอาจเป็นผลดีต่อองค์กรมากกว่าการจำกัดความคิดและวิธีการทำงาน แบบเดิม ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

“บุคลากรต้องมีอิสระในงาน ต้องเปิดใจให้กว้าง และเลิกยึดติดกับการทำงานรูปแบบเดิม ๆ เพราะวิธีการในรูปแบบเก่านั้นไม่ได้จะใช้ได้ไปตลอด จึงควรปล่อยอิสระให้บุคลากรทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ และกล้าเสี่ยงที่จะล้มเหลวบ้าง เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

5) การส่งเสริมของหัวหน้างาน จากการศึกษาพบว่า บทบาทโดยรวมของหัวหน้างาน คือการสื่อสารความต้องการขององค์กร กำกับดูแลการปฏิบัติงานของพนักงาน ให้คำแนะนำ สนับสนุน ระบุความต้องการในการพัฒนา และบริหารความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างพนักงานกับองค์กรเพื่อให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ นอกจากนี้บุคลากรยังเห็นว่า บทบาทของหัวหน้างานมีความสำคัญต่อขวัญและกำลังใจ และความเชื่อมั่นของบุคลากร ที่จะช่วยให้บุคลากรปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ เมื่อหัวหน้างานให้การสนับสนุนทางด้านอารมณ์ ความเป็นอยู่ที่ดี และส่งเสริมการเติบโตของบุคลากร จะเป็นการเพิ่มคุณค่าทางด้านจิตใจ และทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น รู้สึกมั่นใจและทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น การรับรู้การส่งเสริมจากหัวหน้างานจะช่วยให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน นำไปสู่ความพยายามในการสร้างผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ ดังนั้นการส่งเสริมของหัวหน้างานจึงส่งผลอย่างมากต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“เนื่องจากหัวหน้างาน คือ Gate Keeper คนหนึ่งที่จะส่งข้อมูล ให้ความ เปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็น และบริหารข้อมูลสารสนเทศเชิงนวัตกรรม แล้ว Decentralize หรือไม่สำคัญมาก ๆ ค่ะ จะพัฒนาองค์กร หัวหน้างานต้องเข้าใจก่อนอย่างถ่องแท้ค่ะ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4, 2565)

“ถ้าผู้ปฏิบัติได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานในการทำงานก็จะช่วยให้การทำงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ปฏิบัติงานมีแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน ส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานแสวงหาความเป็นไปได้ใหม่ ๆ หรือความคิดใหม่ ๆ ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

“หากผู้ปฏิบัติงานไม่ได้รับการส่งเสริมจากหัวหน้างาน ไม่ได้รับความไว้วางใจ หรือเห็นอกเห็นใจ ก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่อยากทำงาน และไม่สามารถแสดงศักยภาพในการทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8, 2565)

“การส่งเสริมจากหัวหน้างาน ทำให้เกิดแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน ซึ่งถ้ามีแรงจูงใจ ก็จะเป็นการเพิ่มเติมขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน และส่งผลต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10, 2565)

6) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน จากการศึกษาพบว่า นวัตกรรมของทีม เกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในทีมที่มีทักษะ ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลาย ภายใต้สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนให้บุคคลในทีมสามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างปลอดภัย มีเป้าหมายที่ชัดเจน และมีความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ในการนำเสนอความคิดเห็น หรือแนวคิดใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาหรือการปฏิบัติงาน โดยอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การประสานงาน และการสนับสนุนซึ่งกันและกัน บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีม แสดงถึงการมีส่วนร่วมร่วมกัน การเปิดกว้างและยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การที่มีบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมที่ดี ย่อมส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ สามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มศักยภาพ ทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“หากทีมงานช่วยกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในแง่มุมต่างๆ และร่วมกันสรุปทางเลือกหรือแนวทางที่ดีที่สุด แล้วทางเลือกที่ทีมงานสรุปร่วมกันมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือปรับปรุงกระบวนการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน การส่งเสริมของทีมงาน ย่อมส่งผลความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน ได้แก่ บุคคลที่อยู่ในทีมการทำงานเดียวกันที่มีลักษณะการคิดที่มีการส่งเสริมให้แสดงความคิดเห็นที่แปลกใหม่ โดยเปิดกว้างและยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงความเชื่อดั้งเดิม หรือมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในทีมอยู่เสมอ เพื่อแสวงหาความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ก็จะสามารถนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

“ทีมงานควรมีการตั้งเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้ง ร่วมกันติดตามงานและปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานอย่างต่อเนื่อง ควรมีการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง สมาชิกในทีมงานรู้บทบาทการทำงานของตนเอง และมีจิตใจเอื้ออารีต่อสมาชิกในทีม ช่วยงานผู้อื่นด้วย หากมีบรรยากาศในทีมที่ดี ก็จะส่งผลดีต่อความคิดสร้างสรรค์ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

4.4.2 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์กร เป็นค่านิยม ความคาดหวัง และแนวทางปฏิบัติที่เป็นแนวทางในการดำเนินงานของสมาชิกในองค์กร วัฒนธรรมองค์กรที่ดีที่มีลักษณะเชิงบวกจะนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ในขณะที่วัฒนธรรมองค์กรมีลักษณะเชิงลบจะเป็นสิ่งขัดขวางการดำเนินงานขององค์กร วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์คือวัฒนธรรมที่สมาชิกได้รับการสนับสนุนให้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและ

ปฏิบัติงานด้วยวิธีที่จะช่วยตอบสนองความพึงพอใจ วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์สนับสนุนให้มีการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน และทำงานเป็นทีม แทนที่จะเป็นปัจเจกบุคคลเท่านั้น ทำให้สมาชิกในองค์กรมุ่งมั่นที่จะเติบโตไปพร้อมกับความสำเร็จขององค์กร วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์มีลักษณะที่มุ่งเน้นความสำเร็จ มุ่งเน้นให้สมาชิกมีการพัฒนาตนเอง และทำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือ ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การสร้างสรรค์เพื่อให้ประสิทธิภาพของงานดีขึ้น ทั้งนี้วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญคือ การมุ่งเน้นความสำเร็จ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การมุ่งเน้นความสำเร็จ จากการศึกษาพบว่า องค์กรสนับสนุนให้มีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน และมีการวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งการตั้งเป้าหมายในการทำงานจะทำให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน และพยายามแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ การมุ่งเน้นความสำเร็จเกิดจากแรงจูงใจและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ผลักดันให้บุคลากรทำงานอย่างเต็มศักยภาพ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของงานที่มีคุณภาพ นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้ผู้นำและองค์กรต้องทำให้บุคลากรรู้สึกมีคุณค่า ปลอดภัย และมีความสุขในการทำงาน กล้าที่จะทดลอง ปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่มีความท้าทาย โดยไม่ถูกบังคับ จำกัดความคิด หรือกำหนดกรอบการทำงานมากเกินไปจนไม่เกิดความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งให้การสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเหมาะสมด้วย การมุ่งเน้นความสำเร็จยังช่วยให้บุคลากรมีความพยายามในการพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ เพิ่มการเรียนรู้เพื่อให้เกิดวิธีการ และแนวทางใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุตามแผนและเป้าหมายที่ตั้งไว้

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“วัฒนธรรมองค์กรที่มีการมุ่งเน้นความสำเร็จ ย่อมสังเกตเห็นผลชัด เพียงแต่นโยบายของผู้บริหารต้องเปิดกว้างในการให้ Autonomous หรือ Task Autonomy แก่พนักงานในกรอบที่ไม่รัดจนเกินไป จนไม่เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อีกทั้งงบประมาณ และทรัพยากรที่มีให้ช่วยผลักดันผลไปสู่ความสำเร็จได้เร็วยิ่งขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4, 2565)

“หากองค์กรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีการมุ่งเน้นความสำเร็จ โดยการตั้งเป้าหมายและทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกถึงการเป็นคนสำคัญ มีความปลอดภัย และมีความสุขในการทำงาน ก็จะทำให้เกิดความตั้งใจในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8, 2565)

“วัฒนธรรมองค์การที่มีการมุ่งเน้นความสำเร็จมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพราะบุคลากรจะทราบเป้าหมายที่ชัดเจนขององค์การ ก็จะเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรมุ่งมั่น พยายามคิดหาวิธีการทำให้ประสบความสำเร็จ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

2) การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล จากการศึกษาพบว่า องค์การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ส่งเสริมให้บุคลากรแสดงความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ สนับสนุนให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเองตามความต้องการเพื่อการเติบโตของตนเอง ส่งเสริมให้มีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ ปรับปรุงวิธีการทำงาน หรือนำแนวทางใหม่ ๆ มาใช้ในการทำงาน และมุ่งเน้นการทำงานที่มีคุณภาพ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ถือเป็นแรงผลักดันและช่วยดึงความสามารถของบุคลากร เพื่อให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น ดังนั้นองค์กรต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้อิสระในการพัฒนางาน มอบหมายงานให้บุคลากรอย่างถูกต้องเหมาะสม ส่งเสริมการเรียนรู้และการแสดงความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้การที่บุคลากรสามารถพัฒนาตนเองโดยได้รับการสนับสนุนความก้าวหน้าจากองค์กร จะทำให้ค้นพบศักยภาพของตนเอง และมีความพยายามในการพัฒนาตัวเองอย่างไม่หยุดยั้ง และพยายามจะก้าวข้ามขีดจำกัดเดิม ๆ ของตัวเอง และเกิดความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เกิดความผูกพันกับงาน เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและภาคภูมิใจในงานตนเอง

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“วัฒนธรรมองค์การที่มีการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เนื่องจากการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ถือเป็นการดึงความสามารถของแต่ละบุคคล และแสดงออกมาเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างชัดเจนที่สุด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“วัฒนธรรมองค์กรแบบนี้ จะเลือกใช้คนที่ตรงกับงานและพร้อมส่งเสริม รวมถึงเห็นผลของการพัฒนาคน (HRD) เพื่อสร้างการบริหารในเชิงทุนมนุษย์ (HC) การบริหารคนฉลาด ต้องรู้จักบริหารงานที่มอบหมาย รวมถึงสวัสดิการต่าง ๆ ที่ทำทนายและก้าวหน้าไปพร้อมๆ กัน ไม่เช่นนั้นคุณก็จะเสียคนเก่งไป เมื่อไม่มีแรงจูงใจในงานนั้นอีกแล้ว” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4, 2565)

“วัฒนธรรมองค์การที่มีการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล จะช่วยส่งเสริมให้บุคคลพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่ตลอดเวลา ควรให้เวลา และทรัพยากรต่างๆ ที่เพียงพอต่อการพัฒนาของบุคคล ทำให้พนักงานได้รับความรู้ใหม่มาใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

3) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม จากการศึกษาพบว่า องค์การตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม เนื่องจากการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมมี

เป้าหมายเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรม กระบวนการทำงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยการสนับสนุนความก้าวหน้าในการทำงาน เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ เปิดรับการสื่อสารระหว่างกัน รวมถึงการมอบหมายงานหรือความรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดความรู้สึกของการมีส่วนร่วม การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมช่วยให้ความพึงพอใจและแรงจูงใจแก่บุคลากรในการให้อำนาจ เพิ่มความเป็นเจ้าของหรือส่วนได้ส่วนเสียในการทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์ของงาน นอกจากนี้การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมยังช่วยให้เกิดกระบวนการแก้ปัญหา การแบ่งปันความรู้ และการเปิดรับแนวคิดใหม่ ซึ่งสามารถส่งผลให้เกิดนวัตกรรมได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม คือการให้การยอมรับ รับฟังความคิดเห็นของคนอื่นๆ สู่การบูรณาการความคิด ทำให้เกิดสิ่งใหม่ๆ แนวทางใหม่ ๆ เพื่อให้งานนั้น ๆ ประสบความสำเร็จ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3, 2565)

“การที่องค์กรแต่ละองค์กรให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการคิดหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดการดำเนินงานที่เป็น Teamwork และเมื่อมีการพบปะกัน ก็จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ยิ่งทำให้เกิดการส่งต่อความคิด ประสบการณ์ รวมถึงการเรียนรู้อย่างยั่งยืนขององค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

“วัฒนธรรมองค์การที่มีการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมมีผลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพราะนอกจากการมีเป้าหมายร่วมกับองค์กรแล้ว การสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมให้กับพนักงานก็เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญการมีส่วนร่วมหรือความร่วมมือกันในองค์การ เช่น การมีโอกาสร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นในนโยบายขององค์การสามารถช่วยส่งเสริมและพัฒนาคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดนวัตกรรมในองค์การได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

4) การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก จากการศึกษาพบว่า องค์กรตระหนักถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก องค์กรสนับสนุนให้มีการติดต่อสื่อสาร การให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และการแบ่งปันความคิด การทำงานในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกจึงมีความสำคัญ การมีความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่ดีช่วยให้เกิดความร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา มีการระดมสมองเพื่อให้เกิดแนวคิดหรือกลยุทธ์ที่ดีที่จะนำมาใช้ในกระบวนการทำงาน มีการปรึกษาหารือ การให้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การร่วมกันตัดสินใจ ย่อมนำไปสู่ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถือเป็นตัวกำหนดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ทั้งนี้การที่บุคคลมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง

บุคคลที่ดี จะมีความสำคัญต่อการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน ช่วยลดความขัดแย้งและข้อผิดพลาดในการทำงาน ดังนั้นองค์กรต้องมีความพยายามในการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่ดี เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน การได้แบ่งปันความคิด การช่วยเหลือ หรือได้รับข้อเสนอแนะจากเพื่อนร่วมงานที่ดี จะส่งผลต่อแรงจูงใจเชิงบวก ทำให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“วัฒนธรรมองค์การที่มีการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เนื่องจาก ถ้าหากองค์กรมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ให้มีความสำคัญ และให้โอกาสในการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม องค์กรก็จะได้รับมุมมองในฝั่งของสมาชิกที่อาจมีความคิดเห็น หรือมุมมองที่แตกต่างไปจากบุคลากรในองค์กร ดังนั้น องค์กรก็จะมีโอกาสได้รับข้อมูลในมุมมองที่กว้างขึ้น หรือได้รับทางเลือกที่แปลกใหม่จากกรอบเดิม ๆ ในการแก้ปัญหา หรือพัฒนากระบวนการให้ดีขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“วัฒนธรรมองค์การที่มีการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก จะทำให้สมาชิกนั้นมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน จะร่วมแรงร่วมใจกัน ในการนำเสนอความคิดเห็น และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมให้สูงขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

“วัฒนธรรมองค์การที่มีการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ให้สมาชิกทำงานเป็นทีมที่สามารถช่วยกันส่งเสริมงาน มุ่งให้งานสำเร็จลุล่วง การทำงานเป็นทีมที่ดี จะช่วยทำให้งานสำเร็จได้เร็ว และสมาชิกในทีมมีความสุขในการทำงาน เนื่องจากไม่ได้ทำงานคนเดียว แต่ได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และผู้นำสนับสนุนการทำงานที่ดี สนับสนุนทรัพยากร ให้อิสระในการทำงาน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

4.4.4 บุคลิกภาพเชิงรุก จากการศึกษาพบว่า บุคลากรเห็นว่าบุคลิกภาพเชิงรุกส่งผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากบุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก จะมีลักษณะเป็นบุคคลที่มีความคิดริเริ่ม มองเห็นโอกาส และลงมือทำจนกว่าจะบรรลุผลสำเร็จ รู้จักแสวงหาโอกาส มองหาโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง และเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์และอารมณ์เชิงบวก สามารถจัดการกับปัญหาภายใต้สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ผู้ที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก จะช่วยผลักดันให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำการหรือวิธีการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปรับตัวในเชิงบวกมากขึ้น มีความมั่นใจในตนเอง และสามารถปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้การที่บุคลากรตระหนักถึงความสำคัญของบุคลิกภาพเชิงรุก สามารถทำให้เกิดการพัฒนาบุคลิกภาพ มีเชื่อมั่นในการเผชิญกับความท้าทาย มีเป้าหมายคือการ

เติบโตและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผู้ที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก หากได้รับการส่งเสริมจากองค์กร จะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเสนอแนวคิดใหม่ๆ ซึ่ให้เห็นโอกาสในการเติบโต หรือลองวิธีการใหม่ๆ และการรับฟังข้อเสนอแนะของบุคคลหรือทีม ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนางาน และนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์และทำให้เกิดนวัตกรรมได้ ทั้งนี้ บุคลิกภาพเชิงรุกอาจได้รับผลในเชิงลบได้จากวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะที่มีกฎ ระเบียบ นโยบาย หรือขั้นตอนการดำเนินงานที่ไม่เอื้อต่อการแสดงความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งหากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร ผู้บังคับบัญชา และสมาชิกในองค์กรมีคุณภาพต่ำ หรือสมาชิกในองค์กรไม่ได้รับการส่งเสริม หรือสนับสนุน ก็จะทำให้การแสดงออกของบุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกถูกจำกัด และทำให้ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ลดลงได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“ผู้ที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกเป็นอีกส่วนสำคัญขององค์กรรุ่นใหม่ส่วนหนึ่งที่เป็นตัวแปรสำคัญในการผลักดันให้องค์กรก้าวไปสู่ผู้นำอันดับต้น ๆ ได้ ซึ่งบุคลิกภาพเชิงรุกจะมีลักษณะที่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่องค์กรต่าง ๆ ควรมี เช่น การรู้จักปรับตัว มีความคิดริเริ่มและกล้าที่จะทำในสิ่งที่แตกต่าง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11, 2565)

“บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก จะมีลักษณะที่ มีความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง ไม่ถูกจำกัดด้วยบริบทและสภาพแวดล้อมในองค์กร และภายนอก ภายใต้เงื่อนไขต่างๆ การปรับตัว และความคิดที่อยู่นอกกรอบ จะมีความคิดริเริ่มใหม่ๆ อยู่เสมอ เชื่อมโยงกับข้อคำถามเกี่ยวกับการมีอิสระทางความคิด เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการคิดสร้างสรรค์และสามารถพัฒนาไปสู่นวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10, 2565)

“บุคลิกภาพเชิงรุกต้องไม่ย่อท้อต่อสถานการณ์ที่บีบบังคับ มีความเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถแก้ปัญหาหรือฝ่าฟัน อุปสรรคให้ผ่านพ้นไปได้ พร้อมทั้งจะหาแนวทางแก้ปัญหา กล้าริเริ่มแนวคิดใหม่แล้วนำไปใช้ได้ด้วยตนเอง นอกจากนั้นยัง สามารถส่งต่อพลังงานในการทำงานให้กับสมาชิกในทีม ให้ความร่วมมือในการทำงานกับผู้อื่น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3, 2565)

“บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก จะแสดงออกหรือไม่แสดงออก อาจขึ้นอยู่กับ การส่งเสริม หรือสนับสนุนจากองค์กรหรือผู้บังคับบัญชา หากไม่ได้รับโอกาส ความไว้วางใจ ในการตัดสินใจหรือปฏิบัติงาน ก็อาจทำให้ผู้ปฏิบัติงานขาดความเชื่อมั่น และทำให้ไม่สามารถแสดงศักยภาพออกมาได้อย่างเต็มที่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

“มหาวิทยาลัยมีกรอบของการทำงานที่ไม่เอื้ออำนวย ไม่ค่อยมีความยืดหยุ่นหรือให้อิสระในการทำงานเท่าที่ควร ไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทำให้ผู้ที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกไม่สามารถแสดงความสามารถออกมาได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9, 2565)

4.4.5 การรับรู้ความสามารถของตนเอง จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลเชิงลบต่อความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการตั้งเป้าหมายในการทำงาน หากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ จะรู้สึกว่ายู่ห่างไกลจากเป้าหมาย จึงต้องใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจในระดับที่สูงขึ้น แต่หากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะรู้สึกว่าตนเองอยู่ใกล้เป้าหมายที่ตั้งไว้ จะใช้ความพยายามเพียงเล็กน้อย และเกิดแรงจูงใจต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะลดทอนการรับรู้สถานะปัจจุบันและเป้าหมาย ทำให้ลดแรงจูงใจและขัดขวางการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ การรับรู้ความสามารถของตนเองยังเกิดจากค่านิยม ความเชื่อ สถานการณ์ สภาพแวดล้อม หรือการสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่ออารมณ์ในเชิงลบ และจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ทำให้บุคคลลดความคาดหวังในการปฏิบัติงาน และส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้นการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่ำ จะส่งผลเชิงลบต่อการแสดงพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์ของเชิงนวัตกรรมของบุคลากร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“การรับรู้ความสามารถของตนเองมากหรือน้อย อาจไม่ได้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และไม่ใช่ว่าทุกคนที่จะมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ด้วย เช่น สภาพแวดล้อม ที่จะส่งผลต่อความสำเร็จ นอกเหนือจากการรับรู้ ทักษะเชิงบวก การเรียนรู้ และการฝึกฝนจะส่งผลให้เกิดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มากขึ้นได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3, 2565)

“คนส่วนใหญ่ ไม่ค่อยรับรู้ ความสามารถของตนเองอย่างแท้จริง เพราะอาจโดนกดทับด้วยค่านิยม ความเชื่อ จนเกิดทัศนคติและพฤติกรรมอีกรูปแบบหนึ่ง จนมีสิ่งกระตุ้นให้รับรู้ด้วยตนเองอย่างเชิงประจักษ์ ซึ่งการรับรู้อาจไม่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเสมอไป ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4, 2565)

“บุคลากรแต่ละคน มีความรู้ความสามารถ ความถนัดแตกต่างกันไป การรับรู้จึงแตกต่างกัน การรับรู้ความสามารถของตนเองเกี่ยวข้องกับความมั่นใจในประสิทธิภาพของตนเองก็จริง แต่อาจไม่เกี่ยวข้องับประสิทธิภาพในการทำงานที่แท้จริง หรือไม่สามารถดึงศักยภาพของตนเองออกมาได้อย่างเต็มที่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8, 2565)

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเป็นความสามารถของบุคคลที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งต้องได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ การคิด และกระบวนการคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ ซึ่งบุคลากรเห็นว่า ทักษะการคิดนอกกรอบ

การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่จะนำไปสู่พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม โดยพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมเป็นการสร้างความคิดใหม่ที่จะช่วยในการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งการนำความคิดไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม และต้องมีการปรับปรุงพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมอยู่เสมอ ซึ่งทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ที่มีประโยชน์และมีคุณค่า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่จะช่วยส่งเสริมศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งก็คือบรรยากาศองค์กรที่ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนจากองค์กร ได้แก่ สิ่งจูงใจขององค์กร งานที่มีความท้าทาย ความพร้อมของทรัพยากร อิสระในงาน การส่งเสริมของหัวหน้างาน และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ที่ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความสำเร็จ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะที่มุ่งเน้นความสำเร็จ มุ่งเน้นให้สมาชิกมีการพัฒนาตนเอง สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือ ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และทำให้สมาชิกในองค์กรมุ่งมั่นที่จะเติบโตไปพร้อมกับความสำเร็จขององค์กร นำไปสู่การสร้างสรรค์ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ แสดงให้เห็นว่าผลการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถอธิบายและยืนยัน ผลการวิจัยเชิงปริมาณได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบประเด็นเพิ่มเติมจากผลการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่า บุคลากรเห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะของการสื่อสารที่ชัดเจน และอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจ จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกถึงความมั่นใจและความปลอดภัยทางอารมณ์ และทำให้เกิดการสื่อสารแบบเปิดกว้าง การสื่อสารที่ดีจะช่วยลดความขัดแย้ง และทำให้บุคคลกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการแบ่งปันทางความคิดและสารสนเทศมากขึ้น ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม นอกจากนี้การสื่อสารระหว่างผู้นำและผู้ปฏิบัติงานในเชิงบวก จะทำให้พนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุนและรับรู้คุณค่าของการปฏิบัติงานให้กับองค์กร จึงเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานใช้ความสามารถและความพยายามในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้น การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจึงมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“การสื่อสารที่เปิดกว้าง ทำให้เกิดการเปิดรับข้อมูลใหม่ ความรู้ใหม่ และ ประสบการณ์ใหม่ จากการที่ได้สื่อสารกันในองค์กร และร่วมแชร์ความรู้และความคิดซึ่งกันและกัน ซึ่ง ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2565)

“ถ้าองค์กรมีการสื่อสารที่ดี โดยเฉพาะการสื่อสารของผู้นำ การแบ่งปันความคิด การรับฟัง และช่วยแก้ไขปัญหา จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดกำลังใจในการทำงาน รวมทั้งการสื่อสารกับ เพื่อนร่วมงานที่มีประสิทธิภาพ การแชร์ความคิดเห็นและการรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน จะ ช่วยให้การปฏิบัติงานมีความชัดเจน เกิดความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคน ที่ 10, 2565)

ประเด็นที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง จากการศึกษาพบว่า บุคลากรเห็นว่า ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งต่อการปฏิบัติงานและความสำเร็จขององค์กร ผู้นำมีบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหาร มีหน้าที่ในการวางแผน การตัดสินใจ การควบคุมการดำเนินงาน ต่าง ๆ ขององค์กร ภาวะผู้นำจึงมีส่วนสำคัญในการผลักดันและสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากร ให้บรรลุเป้าหมาย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำที่ส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงาน คิดค้นและพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการเติบโต และนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในอนาคต ช่วยให้องค์กร พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

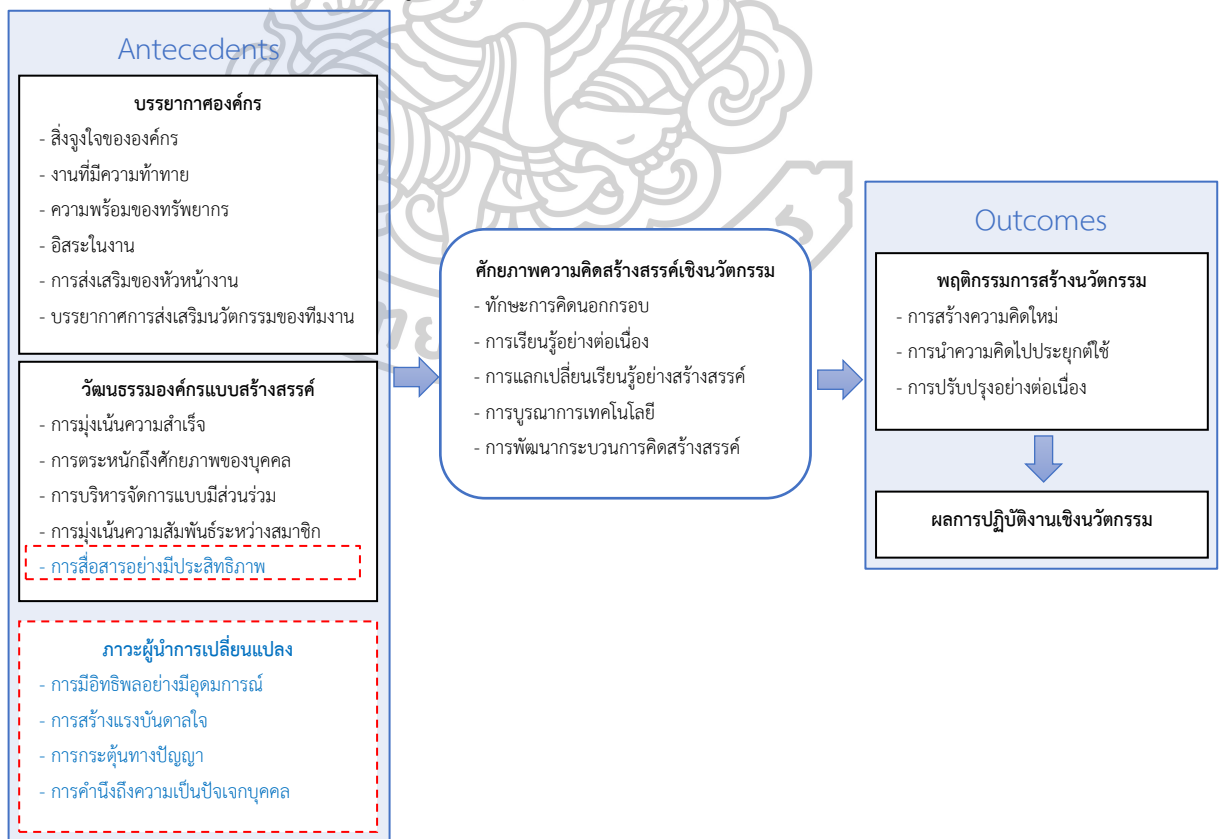
ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะให้ความไว้วางใจ ให้อิสระแก่พนักงานในการตัดสินใจ และสนับสนุนแนวทางการแก้ปัญหาใหม่ ๆ กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและการพัฒนาในเชิงบวกของ พนักงาน สนับสนุนให้พนักงานปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ค้ำึงถึงประโยชน์ส่วนตนไปสู่การทำงานเพื่อ ประโยชน์ส่วนรวม ให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ความร่วมมือ การสื่อสารแบบเปิด และอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันในองค์กร ทั้งนี้ลักษณะของผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย การ มีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ คือผู้นำที่เป็นแบบอย่างให้กับพนักงานสำหรับพฤติกรรมในทุกด้าน มี อิทธิพลในเชิงบวกต่อผู้อื่นผ่านความมุ่งมั่นไว้วางใจ ความโปร่งใส และความเคารพ การสร้างแรงบันดาลใจ คือผู้นำที่กระตุ้นให้ผู้ตามรู้สึกผูกพันและมุ่งมั่นต่อวิสัยทัศน์ขององค์กร ทำให้พนักงานรู้สึก ผูกพันกับเป้าหมายขององค์กร โดยให้พนักงานมีจุดประสงค์ที่ชัดเจน สร้างแรงจูงใจภายในเกี่ยวกับงานที่มีความหมายและมีความท้าทาย และสร้างเจตคติที่ดีแก่ผู้ตาม การกระตุ้นทางปัญญา คือผู้นำที่กระตุ้น ผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ส่งเสริมนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และการแก้ปัญหา ด้วยแนวทางใหม่ ๆ สร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตและการเปลี่ยนแปลง และกระตุ้นให้ เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาในองค์กร และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจก บุคคล คือผู้นำมีความเข้าใจและยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล เข้าใจว่าพนักงานมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวและมีความต้องการ รูปแบบการให้คำปรึกษา และการมีส่วนร่วมต่อองค์กรแตกต่างกัน ผู้นำ จะต้องปรับรูปแบบการโค้ชและการให้คำปรึกษาให้เหมาะกับพนักงานและช่วยให้บรรลุเป้าหมายทั้ง

ภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงส่งผลกระทบต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ช่วยให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่ามียุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

“ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพราะภาวะผู้นำจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของบุคลากรเกี่ยวกับการกระตุ้นให้พนักงานแสดงศักยภาพและความสามารถของตนให้ก้าวไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น หรือมีการโปรโมทให้รางวัลแก่พนักงานที่มีการทำงานที่โดดเด่น เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้แก่พนักงานคนอื่น ๆ ในการพัฒนาตนเองและเพื่อประโยชน์แก่องค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)

ทั้งนี้ เมื่อนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์อย่างละเอียด พบว่า ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถอธิบาย ยืนยัน และขยายผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณได้เป็นอย่างดีทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และยังทำให้เกิดตัวแบบของการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมเพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและการวิจัยเชิงปริมาณ ทั้งนี้ผู้วิจัย ได้สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 22 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

หมายเหตุ ----- แสดงถึงประเด็นที่ค้นพบจากงานวิจัยเชิงคุณภาพ

4.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้จากการตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และมีความมุ่งมั่นพยายามในการพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรม ที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อองค์กร ฝึกฝนกระบวนการคิด การแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการใหม่ ๆ ปรับปรุงกระบวนการหรือรูปแบบในการทำงานใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงได้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ทั้งนี้การพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคคลจะประสบผลสำเร็จ นอกจากปัจจัยส่วนบุคคลแล้ว สภาพแวดล้อมขององค์กรและผู้บริหาร มีส่วนสำคัญอย่างมากในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน องค์กรจำเป็นต้องมีเป้าหมายและแผนงานที่ชัดเจน สามารถวัดผลความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรม และให้ผลตอบแทนอย่างชัดเจน สนับสนุนด้านงบประมาณและสิ่งจูงใจ ส่งเสริมให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเองและฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง ให้อิสระในการทำงาน และกำหนดรูปแบบการทำงานได้ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีทัศนคติที่เปิดกว้าง ยอมรับสิ่งใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ รับฟังความคิดเห็นของบุคลากรทั้งทางบวกและทางลบและนำไปปรับปรุงพัฒนาให้เกิดผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น กระตุ้นให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ สร้างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจให้บุคลากรสร้างสรรค์ผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรม สนับสนุนการเรียนรู้ ให้ความไว้วางใจ ให้อิสระในการตัดสินใจ เปิดโอกาสให้บุคลากรสามารถแสดงศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายขององค์กร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า มีบทสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษามีรายละเอียดดังนี้

“ผู้บริหารขององค์กร ควรส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้ารับการอบรมเพื่อฝึกการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อยปีละ 1-2 ครั้ง เช่น การฝึกคิดนอกกรอบ การฝึกคิดบวก การฝึกการทำงานร่วมกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การยอมรับฟังความคิดเห็น การฝึกคิดแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การยืดหยุ่น และฝึกการปรับตัวเพื่อให้สามารถทำงานในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2565)

“ปัญหาของการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม คือ การที่ไม่มีสิ่งจูงใจหรือผลตอบแทนที่ชัดเจนแก่ผู้คิดสร้างสรรค์ ขาดการยกย่องบุคคลที่มีผลงานด้านนี้ต่อองค์กร และสังคม องค์กรและบุคลากรไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากพอ ขาดการพัฒนาและฝึกฝนบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และควรให้อิสระแก่ผู้คิดสร้างสรรค์ในการทำงาน และกำหนดรูปแบบการทำงาน

ให้กับองค์กรได้ตามระยะเวลาที่ตกลงกัน จึงควรแก้ไขปรับปรุงปัญหาเหล่านี้ และสร้างให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับของบุคคลในองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3, 2565)

“องค์กรควรมีการกำหนดเป็นนโยบาย / วิสัยทัศน์ -- > พันธกิจ -- > เป้าหมาย -- > แผนงานชัดเจน องค์กรโดยผู้บริหารสูงสุดและทุก ๆ ระดับต้องสนับสนุน ส่งเสริม ผู้ปฏิบัติทุกระดับ และใช้เป็นตัวชี้วัดในบางหนึ่งของการเลื่อนขั้นเงินเดือน ตำแหน่งงาน ผลงานพิเศษ การใช้งานจาก output ของแนวความคิดนั้นได้จริงในองค์กร เพื่อสร้างแรงจูงใจ และแรงบันดาลใจ (Motivation & Inspiration) แก่รุ่นหลัง ๆ และผู้สร้างสรรค์ เกิดความรักในองค์กร เกิดความภาคภูมิใจ (HR Relationship) ที่ดี ที่มีต่อผู้บริหารและองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4, 2565)

“แต่ละองค์กรควรให้การส่งเสริมให้บุคลากรของตนได้รับการอบรมเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพเพื่อถึงความสามารถของบุคลากรแต่ละคนออกมา เพราะแต่ละคนมีความสามารถที่โดดเด่นแตกต่างกัน แต่อาจได้รับมอบหมายงานที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ถนัด ซึ่งอาจทำให้งานออกมาไม่มีประสิทธิภาพ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6, 2565)



บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์หลักคือ 1) เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม 2) เพื่อทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 3) เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม 4) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 5) เพื่อทดสอบอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 6) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม 7) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และ 8) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ตามแนวทางของ Creswell (2013) ออกแบบแผนการวิจัยเป็นแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (Explanatory Sequential Design) โดยเริ่มด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ และตามด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อช่วยในการอธิบายและขยายผลให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จำนวน 420 คน และสัมภาษณ์บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม จำนวน 11 คน ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน รายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ
2. สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ
3. การอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลัก ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย และสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท ตำแหน่งทางวิชาการเป็นอาจารย์ ตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย/ลูกจ้าง มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ 5-10 ปี โดยสังกัดอยู่ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ

2.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 ด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบูรณาการทางเทคโนโลยี รองลงมา คือ ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสร้างสรรค์ ตามลำดับ แต่หากพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการจัดเก็บและแบ่งปันความรู้อย่างเป็นระบบผ่านคู่มือ วิธีการ รายงาน หรือเอกสาร ร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในภายนอกองค์กร (ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสร้างสรรค์) รองลงมาคือ มีการระดมสมองกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ (การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์) และการมีวิธีการคิดอย่างอิสระ และไม่ยึดติดกับกรอบแนวทางเดิมๆ (ทักษะการคิดนอกกรอบ)

2.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

2.2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วย 3 ด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ การสร้างความคิดใหม่ และการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ ตามลำดับ แต่หากพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การมุ่งพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานจริง และพยายามเผยแพร่ไปยังส่วนต่าง ๆ ขององค์การ (ด้านการนำความคิดไปประยุกต์ใช้) รองลงมาคือ การสร้างและรวบรวมความคิด เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ และนำไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน (ด้านการสร้างความคิดใหม่) และการมุ่งมั่นปรับปรุงกระบวนการ วิธีการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ (ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง)

2.2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผลงานเป็นผลงานที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อตนเองหรือ

เพื่อนร่วมงาน หรือองค์กร รองลงมาคือ มีการปรับปรุงคุณภาพผลงานหรือต่อยอดองค์ความรู้เดิมให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น ผลงานเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการหรือผลลัพธ์ในการปฏิบัติงาน ผลงานสามารถนำไปเป็นต้นแบบหรือเป็นแนวทางให้ผู้อื่นนำไปปรับใช้ในการทำงานและสร้างสรรค์ผลงานได้ ผลงานสามารถใช้ในการแก้ปัญหาหรือปรับปรุงประสิทธิภาพงานได้จริง และมีผลงานเชิงนวัตกรรมที่มีการเผยแพร่หรือถูกนำไปใช้จริง ตามลำดับ

2.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

2.3.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร ประกอบด้วย 6 ด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านงานที่มีความท้าทายกับด้านบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน รองลงมาคือ ด้านอิสระในงาน ด้านด้านสิ่งจูงใจขององค์กร ด้านการส่งเสริมของหัวหน้างาน และด้านความพร้อมของทรัพยากร ตามลำดับ แต่หากพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ องค์กรมีการสำรวจและจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานที่นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย รองลงมาคือ องค์กรมีทรัพยากรในการทำงานเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ และทรัพยากรขององค์กรมีคุณภาพ เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย (ด้านความพร้อมของทรัพยากร)

2.3.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมุ่งเน้นความสำเร็จ รองลงมาคือ ด้านการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ด้านการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ตามลำดับ แต่หากพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ องค์กรเปิดโอกาสและกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็นในการทำงาน รองลงมาคือ องค์กรสร้างความรู้สึกร่วมของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กรให้ทำงานด้วยความกระตือรือร้นและเกิดความคิดสร้างสรรค์ และองค์กรให้ความสำคัญกับสมาชิกในองค์กร โดยถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่า (ด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม)

2.3.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพเชิงรุก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี รองลงมาคือ สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เป็นผู้ที่มีความริเริ่มในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ และมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา ตามลำดับ

2.3.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเชื่อว่าท่านสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต หรือสถานการณ์ที่ยากลำบากได้ รองลงมาคือ มั่นใจว่าท่านสามารถจัดการกับปัญหาอย่างสร้างสรรค์

ได้ เชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้ และสามารถค้นหาแนวทาง เพื่อแก้ไขปัญหามีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลัก

3.1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

องค์ประกอบหลักของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย ซึ่งองค์ประกอบย่อยด้านการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือทักษะการคิดนอกกรอบ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และการบูรณาการทางเทคโนโลยี ตามลำดับ

3.2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

องค์ประกอบหลักของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ซึ่งองค์ประกอบย่อยด้านการสร้างความคิดใหม่ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือ การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

3.3 บรรยากาศองค์กร

องค์ประกอบหลักของบรรยากาศองค์กรประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ซึ่งองค์ประกอบย่อยด้านความพร้อมของทรัพยากร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคืองานที่มีความท้าทาย การส่งเสริมของหัวหน้างาน อิสระในงาน สิ่งจูงใจขององค์กร และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน ตามลำดับ

3.4 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์

องค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ซึ่งองค์ประกอบย่อยด้านการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือ การมุ่งเน้นความสำเร็จ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล และการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย

ผลวิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อทดสอบยืนยันตัวแปรสังเกตสามารถวัดตัวแปรแฝง ด้วยโปรแกรม SmartPLS ที่เป็นสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model) หรือเรียกว่า PLS-SEM มีเงื่อนไขเกี่ยวกับการตรวจสอบแบบจำลองการวัด ทั้งตัวแปรแฝงที่เป็นแบบองค์ประกอบ (Formative) และแบบสะท้อน (Reflective) (Hair, Hult, Ringle, Sarstedt & Thiele, 2017) ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบคุณภาพแบบจำลองการวัด ผลปรากฏว่าตัวแปรทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ หลังจากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย รายละเอียดดังนี้

4.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ 0.865 ($t = 47.373$) โดยปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรและด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีความแม่นยำระดับต่ำ ($R^2 = 0.47$) นอกจากนี้ยังพบว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมี Effect size ระดับสูง ($f^2 = 0.56$) ต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดใหญ่สามารถตรวจพบอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ได้ดี

4.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ที่เป็นรองอันดับสองในโมเดล คือ 0.607 ($t = 9.094$) โดยปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมร่วมกันอธิบายความแปรปรวนพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม หรืออธิบายได้ว่าทั้งสามตัวแปรแฝงร่วมกันอธิบายความแปรปรวนพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีความแม่นยำระดับสูง ($R^2 = 0.75$)

4.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อทดสอบอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ 0.235 ($t = 3.518$) โดยปัจจัยด้านศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม มีความแม่นยำระดับปานกลาง ($R^2 = 0.67$) นอกจากนี้ยังพบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมี Effect size ระดับสูง ($f^2 = 0.41$) แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดใหญ่สามารถตรวจพบอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ได้ดี

4.4 วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อทดสอบอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ 0.361 ($t = 5.232$) โดยบรรยากาศองค์กรมี Effect size ระดับสูง ($f^2 = 0.64$) แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดใหญ่สามารถตรวจพบอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ได้ดี

4.5 วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อทดสอบอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่า

สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ 0.091 ($t = 2.178$) โดยวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มี Effect size ระดับต่ำ ($f^2 = 0.12$)

4.6 วัตถุประสงค์ที่ 6 เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่าบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ 0.061 ($t = 3.052$)

4.7 วัตถุประสงค์ที่ 7 เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า บุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ -0.003 ($t = 0.07$) และไม่มีความสำคัญทางสถิติ

4.8 วัตถุประสงค์ที่ 8 เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ -0.070 ($t = 1.68$) และไม่มีความสำคัญทางสถิติ

4.9 วัตถุประสงค์ที่ 9 เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ในโมเดล คือ -0.060 ($t = 1.10$) และไม่มีความสำคัญทางสถิติ

5. สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

5.1 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

5.2 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

5.3 ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

5.4 บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

5.5 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

5.6 บุคลิกภาพเชิงรุกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

5.7 บุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

5.8 การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

5.9 การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งสิ้น 11 ท่าน ทำให้ได้ข้อมูลที่มากขึ้น และตรงกับประเด็นที่ศึกษา ทำให้สามารถนำข้อมูลมาอธิบาย ยืนยัน และขยายผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์มากขึ้น สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดังนี้

1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ การแสวงหารูปแบบ กระบวนการ วิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างคุณค่าแก่งานด้วยสิ่งใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงาน เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานให้กับองค์กร ช่วยให้องค์กรเพิ่มผลลัพธ์ใหม่ ซึ่งองค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ทักษะการคิดนอกกรอบ

ทักษะการคิดนอกกรอบเป็นทักษะที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด เป็นกระบวนการคิดแบบทางอ้อมในการแก้ไขปัญหา และเป็นการขยายความสามารถในการแก้ไขปัญหาสำหรับสถานการณ์ที่ท้าทายได้ ดังนั้นทักษะการคิดนอกกรอบจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของ

ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และจำเป็นสำหรับการพัฒนาตนเอง และสามารถนำทักษะนี้ไปใช้แก้ไขปัญหาในการทำงาน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น และนำมาซึ่งนวัตกรรม

1.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ช่วยผู้ปฏิบัติงานสามารถพัฒนากระบวนการคิด สามารถปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ง่ายขึ้น และยังเป็นแนวทางในการนำความรู้สู่การคิดอย่างสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องรวมถึงการบูรณาการความรู้ การประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ บุคลากรจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ พัฒนาความรู้และทักษะใหม่ ๆ เพื่อให้มองเห็นมุมมองใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหา

1.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นหนึ่งในกระบวนการที่สำคัญของการจัดการความรู้ที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการทำงานร่วมกัน ซึ่งปัจจุบันองค์กรให้ความสำคัญกับการเป็นทีมมากขึ้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ช่วยให้เกิดการแบ่งปัน แשרประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และทักษะต่างๆ ทำให้เกิดความคิดต่อยอดหรือความคิดใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์ และทำให้ความแพร่กระจายไปได้ไกลมากขึ้น ดังนั้นการแบ่งปันความคิดและความรู้ จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการแก้ไขปัญหา นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม และปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร และเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้

1.4 การบูรณาการทางเทคโนโลยี

เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ ช่วยในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพิ่มขีดความสามารถ และผลการปฏิบัติงาน การบูรณาการทางเทคโนโลยีช่วยทำให้เกิดการพัฒนาความคิด การสร้างความสัมพันธ์ การทำงานร่วมกัน และการสื่อสาร ช่วยสนับสนุนการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเผยแพร่ แบ่งปันข้อมูล และความรู้ในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิดการแนวคิดใหม่ๆ จากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่ดี และช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน

1.5 การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์

การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแนวคิดใหม่ และการจัดการกับความท้าทายภายใต้สถานการณ์ที่ยากลำบาก บุคลากรจึงจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ เพื่อให้มีความสามารถในการแก้ปัญหา และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีการระดมสมอง ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ช่วยให้ผู้บุคลากรเกิดการกระตุ้น

ความคิด รวบรวม และเชื่อมโยงความคิด หรือการแบ่งปันแนวคิด เพื่อให้ได้ความคิดใหม่ที่มีความหลากหลาย นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม และช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น

2. ผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เกิดขึ้นจากการใช้ทักษะในการแก้ไขปัญหาในการพัฒนา การสร้างสรรค์และนำแนวคิดใหม่ๆ ไปประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และช่วยให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่เกิดจากศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วย การสร้างความคิดใหม่ การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1.1 การสร้างความคิดใหม่

การสร้างความคิดใหม่ช่วยให้ค้นพบวิธีการแก้ปัญหาและแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาที่หลากหลาย หรือสามารถช่วยปรับปรุงแนวทางเดิม ๆ ที่ไม่สามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหาในปัจจุบันได้ให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์มากขึ้น

2.1.2 การนำความคิดไปประยุกต์ใช้

บุคลากรเห็นความสำคัญของการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ ความคิดสร้างสรรค์จะไม่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้ หากไม่ได้นำความคิดนั้นไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม ดังนั้นการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ คือการนำความคิดสร้างสรรค์หรือแนวคิดใหม่ ผ่านการประเมินความคิด การทดสอบ และนำไปลงมือปฏิบัติจริงนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม

2.1.3 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเป็นความพยายามในการปรับปรุงความรู้ความสามารถ ปรับปรุงทักษะในการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น สามารถสร้างองค์ความรู้และต่อยอดองค์ความรู้ และก่อให้เกิดนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและบรรลุเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้ พฤติกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ เจตคติที่ดีต่อการทำงาน รวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานและองค์กร

2.2 ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เป็นผลงานที่คุณค่า สามารถสร้างองค์ความรู้และต่อยอดองค์ความรู้ให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งเกิดจากการใช้ความรู้ ทักษะ การเรียนรู้ การบูรณาการ และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน แก้ไข

ปัญหา หรือปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพ และสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี

3. ปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พบว่า บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ส่งผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 บรรยากาศองค์กร

บรรยากาศองค์กรเป็นองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในองค์กร ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม บรรยากาศองค์กรส่งผลต่อแรงจูงใจภายใน ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และจะนำไปสู่พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยบรรยากาศองค์กรที่มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย สิ่งจูงใจขององค์กร งานที่มีความท้าทาย ความพร้อมของทรัพยากร อิสระในงาน การส่งเสริมของหัวหน้างาน และบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมของทีมงาน สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1.1 สิ่งจูงใจขององค์กร

สิ่งจูงใจขององค์กรเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมแรงจูงใจเชิงบวกของบุคคลที่จะนำไปสู่ความพยายามในการทำงาน ความต้องการมีส่วนร่วมในงาน การปฏิบัติงาน หรือความมุ่งมั่นในการสร้างผลลัพธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลมีความพยายามในการนำเสนอและใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น

3.1.2 งานที่มีความท้าทาย

งานที่มีความท้าทายเป็นแรงกระตุ้นที่ดีต่อการปฏิบัติงาน เนื่องจากจะทำให้พนักงานมีส่วนร่วมและสนใจในบทบาทของตนเอง งานที่มีความท้าทายช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถใช้ความรู้ความสามารถได้เต็มศักยภาพ ทำให้เกิดการพัฒนาความคิดเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและเกิดพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น

3.1.3 ความพร้อมของทรัพยากร

ความพร้อมของทรัพยากรเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ องค์กรที่สนับสนุนทรัพยากรอย่างเพียงพอ ย่อมทำให้การปฏิบัติงานสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมทางด้านบุคคล ความพร้อมด้านเครื่องมือ เทคโนโลยี ความพร้อมด้านข้อมูล หรือความพร้อมด้านงบประมาณสนับสนุน ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

3.1.4 อีสระในงาน

บุคลากรมีความต้องการอีสระในการทำงาน เนื่องจากแนวคิด ความสามารถ วิธีการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน การที่ได้รับความไว้วางใจในการปฏิบัติงานหรือ การตัดสินใจ จะทำให้บุคลากรมีแนวโน้มในการมีส่วนร่วมในงานที่มากขึ้นมากกว่าการถูกจำกัดทาง ความคิดและการตัดสินใจ การให้อีสระในงานแก่บุคลากร ยังเป็นการช่วยเพิ่มแรงจูงใจ และทำให้เกิด ความพึงพอใจ

3.1.5 การส่งเสริมของหัวหน้างาน

บทบาทของหัวหน้างานมีความสำคัญต่อขวัญและกำลังใจ และความเชื่อมั่น ของบุคลากร ที่จะช่วยให้บุคลากรปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ เมื่อหัวหน้างานให้การสนับสนุน ทางด้านอารมณ์ ความเป็นอยู่ที่ดี และส่งเสริมการเติบโตของบุคลากร จะเป็นการเพิ่มคุณค่าทางด้าน จิตใจ และทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น รู้สึกมั่นใจและทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น

3.1.6 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีม แสดงถึงการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การ เปิดกว้างและยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การที่มีบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมที่ดี ย่อมส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ สามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเต็ม ศักยภาพ ทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

3.2 วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์

วัฒนธรรมองค์กรที่ดีที่มีลักษณะเชิงบวกจะนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพในการ ทำงาน และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์สนับสนุนให้มีการสื่อสารกับ เพื่อนร่วมงาน และทำงานเป็นทีม แทนที่จะเป็นปัจเจกบุคคลเท่านั้น ทำให้สมาชิกในองค์กรมุ่งมั่นที่จะ เติบโตไปพร้อมกับความสำเร็จขององค์กร วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์มีลักษณะที่มุ่งเน้นความสำเร็จ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือ ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การสร้างสรรคเพื่อให้ประสิทธิภาพของงานดีขึ้น วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ ประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญคือ การมุ่งเน้นความสำเร็จ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล การบริหาร จัดการแบบมีส่วนร่วม และการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก สามารถสรุปได้ดังนี้

3.2.1 การมุ่งเน้นความสำเร็จ

การมุ่งเน้นความสำเร็จ เป็นลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรที่ผลักดันให้ บุคลากรทำงานอย่างเต็มศักยภาพ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของงานที่มีคุณภาพ นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ และพฤติกรรมสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้ผู้นำและองค์กรต้องทำให้บุคลากรรู้สึกมีคุณค่า ปลอดภัย และ มีความสุขในการทำงาน กล้าที่จะทดลอง ปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุ เป้าหมาย การมุ่งเน้นความสำเร็จยังช่วยให้บุคลากรมีความพยายามในการพัฒนาทักษะ ความรู้

ความสามารถ เพิ่มการเรียนรู้เพื่อให้เกิดวิธีการ และแนวทางใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุตามแผนและเป้าหมายที่ตั้งไว้

3.2.2 การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล

องค์กรที่ตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ส่งเสริมให้บุคลากรแสดงความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ สนับสนุนให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเองตามความต้องการเพื่อการเติบโตของตนเอง ส่งเสริมให้มีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ ปรับปรุงวิธีการทำงาน หรือนำแนวทางใหม่ ๆ มาใช้ในการทำงาน และมุ่งเน้นการทำงานที่มีคุณภาพ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ถือเป็นแรงผลักดันและช่วยดึงความสามารถของบุคลากร เพื่อให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น

3.2.3 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม

การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมมีเป้าหมายเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรม กระบวนการทำงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยการสนับสนุนความก้าวหน้าในการทำงาน เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ เปิดรับการสื่อสารระหว่างกัน รวมถึงการมอบหมายงานหรือความรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดความรู้สึกของการมีส่วนร่วม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์ของงาน

3.2.4 การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก

การทำงานในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกจึงมีความสำคัญ การมีความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่ดี ช่วยให้เกิดความร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา มีการระดมสมองเพื่อให้เกิดแนวคิดหรือกลยุทธ์ที่ดีที่จะนำมาใช้ในกระบวนการทำงาน ย่อมนำไปสู่ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถือเป็นตัวกำหนดสภาพแวดล้อมในการทำงาน

3.2.5 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

วัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะของการสื่อสารที่ชัดเจน การสื่อสารที่ดีจะช่วยลดความขัดแย้ง และทำให้บุคคลกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการแบ่งปันทางความคิดและสารสนเทศมากขึ้น ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทำให้พนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุนและรับรู้คุณค่าของการปฏิบัติงานให้กับองค์กร จึงเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานใช้ความสามารถและความพยายามในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้นการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจึงมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

3.3 บุคลิกภาพเชิงรุก

บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก จะมีลักษณะเป็นบุคคลที่มีความคิดริเริ่ม มองเห็นโอกาสและลงมือทำจนกว่าจะบรรลุผลสำเร็จ รู้จักแสวงหาโอกาส มองหาโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง และเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์และอารมณ์เชิงบวก สามารถ

จัดการกับปัญหาภายใต้สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ผู้ที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก จะช่วยผลักดันให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำการหรือวิธีการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปรับตัวในเชิงบวกมากขึ้น

3.4 การรับรู้ความสามารถของตนเอง

การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวข้องกับ การตั้งเป้าหมายในการทำงาน หากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ จะรู้สึกว่าอยู่ห่างไกลจากเป้าหมาย จึงต้องใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจในระดับที่สูงขึ้น แต่หากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะรู้สึกว่าตนเองอยู่ใกล้เป้าหมายที่ตั้งไว้ จะใช้ความพยายามเพียงเล็กน้อย และเกิดแรงจูงใจต่ำ นอกจากนี้ การรับรู้ความสามารถของตนเองยังเกิดจากค่านิยม ความเชื่อ สถานการณ์ สภาพแวดล้อม หรือการสนับสนุนจากองค์กร ซึ่งอาจส่งผลต่ออารมณ์ในเชิงลบ และจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ทำให้ส่งผลกระทบต่อการทำงานได้

3.5 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งต่อการปฏิบัติงานและความสำเร็จขององค์กร ภาวะผู้นำจึงมีส่วนสำคัญในการผลักดันและสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรให้บรรลุเป้าหมาย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำที่ส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงาน คิดค้นและพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการเติบโต และนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในอนาคต ช่วยให้องค์กรพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ดังนั้นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงส่งผลต่อศักยภาพความสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และช่วยให้บรรลุเป้าหมาย

ทั้งนี้ จากการวิจัยเชิงปริมาณและตามด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการอธิบายและขยายผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสังเคราะห์และสรุปเป็นแผนภาพศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนี้



ภาพที่ 23 สรุปผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ แสดงให้เห็นว่าบุคลากรจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ให้สอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาองค์กรในการสร้างองค์กรนวัตกรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร ซึ่งจะนำมาซึ่งพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เป็นการใช้ทักษะในการแก้ไขปัญหาในการพัฒนาการสร้างสรรค์และนำแนวคิดใหม่ ๆ ไปประยุกต์ใช้ในการช่วยให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยบุคลากรที่มีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมและเป้าหมายขององค์กร ผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ บันดาลสิน (2557) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของนวัตกรรมองค์กร คือการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ภายในองค์กรทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุง สิ่งที่ทำอยู่เดิมให้ดีขึ้นหรือมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งคิดค้น ประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมา Jodi et al. (2019) พบว่าความคิดสร้างสรรค์ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการส่งเสริมพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคลากร ดังนั้น ผู้บริหารต้องปรับปรุงความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเป็นอันดับแรกเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคลากร นอกจากนี้ Kim (2020) ยืนยันว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมยังนำไปสู่พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถในการสร้างสรรค์ รวมถึงความสามารถในการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ความมั่นใจในความสามารถในการแก้ปัญหาปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความสามารถในการพัฒนาความคิดของบุคคล และความสามารถในการค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ ซึ่งเชื่อมโยงกับการรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์และสามารถนำไปสู่พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องมีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ในกระบวนการสร้างนวัตกรรมจะต้องมีการสร้างและการทดสอบ และการทดสอบเพื่อการปรับปรุงให้นวัตกรรมมีความสมบูรณ์มากที่สุด อีกทั้งพฤติกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ทำให้เกิดนวัตกรรม เริ่มตั้งแต่การ

วางแผนการทำงานหรือปรับปรุงงานเก่าให้ดีขึ้น ลงมือปฏิบัติ ในระหว่างลงมือปฏิบัติก็ควรมีการตรวจสอบ มีการเก็บว่าผลการดำเนินการเป็นอย่างไร หากได้ผลการดำเนินงานตามที่ต้องการแล้ว จะเป็นแนวทางที่ดีให้กับผู้อื่น แต่ถ้ายังไม่ได้ผลตามที่ต้องการ ควรทำการศึกษาหาวิธีปรับปรุงงานให้ดีขึ้นได้อย่างไร โดยอาจจะค้นคว้าเพิ่มเติม หรือหาที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ เพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้นและเกิดผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Jeroen and Deanne, (2014) และ Kamran & Ganjinia (2017) ที่กล่าวว่าพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมสามารถมองว่าเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมซึ่งรวมถึงพฤติกรรมทั้งหมดที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและได้ผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรม Chantaket et al. (2021) พบว่าบุคลากรที่มีพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานสูง มักจะเป็นบุคคลที่มีการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดการลงมือทำจริง โดยเน้นการพัฒนา การทดลอง การเปลี่ยนแปลงหรือริเริ่มทดลองทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการและกระบวนการทำงานใหม่ ๆ เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Middelkoop (2016) พบว่าพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อีกทั้ง Berisha (2020) พบว่าบุคลากรที่มีพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมในระดับที่สูงขึ้น องค์กรจำเป็นต้องเพิ่มความตระหนักในสำคัญของพฤติกรรมการทำงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่ของบุคลากรในกิจกรรมการทำงานให้มากขึ้น ดังนั้นจากความเชื่อมโยงของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลและผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมข้างต้น ยืนยันอิทธิพลของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคคลที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

3. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า องค์กรจำเป็นต้องมุ่งเน้นการสร้างศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร ซึ่งเกิดจาก ทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ซึ่ง 5 ประเด็นนี้เป็นองค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม สำหรับแนวทางการพัฒนาองค์กรในการสร้างองค์กรนวัตกรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร ทักษะความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคคลหรือพนักงานในองค์กรเป็นทักษะที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานและบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Mutonyi, Slatten & Lien (2020) ที่ว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลสะท้อนถึงแนวคิดที่ว่าความคิดสร้างสรรค์มีความแตกต่างกันตามแต่ละบุคคลและกระจายอยู่ภายในองค์กร ความคิดสร้างสรรค์มีความยืดหยุ่นและเป็นพลวัต ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล จึงเป็นทรัพยากรของบุคคลหรือความสามารถในการสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ ถูกกำหนดให้เป็นการผลิตแนวคิดที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นการแก้ปัญหาของ

พนักงานแต่ละคน ความคิดสร้างสรรค์จึงหมายถึงกระบวนการสร้างความคิดหรือการแก้ปัญหา และเป็นความคิดหรือแนวทางแก้ไขปัญหาที่แท้จริง ยืนยันความสอดคล้องจากงานวิจัยของ Sunarsih (2019) พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อีกทั้ง Alisyahbana et al. (2015) และ Sukumaran and Sivelingam (2012) สรุปว่าความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานมีผลอย่างมากต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน สรุปได้ว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ผลลัพธ์ของงานที่ดีขึ้น

4. บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า บรรยากาศองค์กรเป็นองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร ดังนั้นบรรยากาศองค์กรเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่นำมาสู่การเพิ่มศักยภาพการส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรโดยอาศัยบรรยากาศองค์กร มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย สิ่งจูงใจขององค์กร งานที่มีความท้าทาย ความพร้อมของทรัพยากร อีสระในงาน การส่งเสริมของหัวหน้างาน และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน ผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Dubina (2013) และ Ibrahim, Mohamad & Shah (2018) กล่าวว่า บุคลากรที่ทำงานในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ สามารถรับรู้ได้ทั้งโดยตรงและทางอ้อม และมีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนของการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมและประสิทธิผลขององค์กร Dubina (2013) การปรับปรุงบรรยากาศองค์กรสำหรับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สามารถส่งเสริมให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพของสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้การสร้างสรรค์เกิดประสิทธิภาพสูงสุดด้วยการลงทุนที่จำกัดถือได้ว่าเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ ยืนยันความสอดคล้องจากงานวิจัยของ Mutonyi (2020) พบว่า บรรยากาศองค์กรมีส่วนสำคัญต่อประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์ของพนักงาน แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงในเชิงบวกอย่างนัยสำคัญต่อบรรยากาศองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และการศึกษาพบว่าบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยผ่านความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล สรุปได้ว่าบรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

5. วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ที่มีต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรที่มาจากค่านิยม ความคาดหวัง

และแนวทางปฏิบัติที่เป็นแนวทางในการดำเนินงานของบุคลากรในองค์กร โดยวัฒนธรรมองค์กรที่ดีที่มีลักษณะเชิงบวกจะนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยวัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นความสำเร็จ มุ่งเน้นให้บุคลากรพัฒนาตนเอง และทำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือ ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่ดีขึ้น ผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Philipp (2021) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์เป็นวัฒนธรรมที่พัฒนาบริบทที่เอื้อต่อพฤติกรรมที่มุ่งเน้นความพึงพอใจ ซึ่งทำให้พนักงานเติบโต มุ่งมั่นในการบรรลุผลสำเร็จเพื่อเติบโตไปพร้อมกับองค์กร องค์กรที่วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ช่วยกระตุ้น การคิดเชิงแก้ปัญหา และไม่เน้นที่ปัญหาหรือความรู้สึกผิด ส่งเสริมให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและการคิดนอกกรอบให้คุณค่าแก่ผู้อื่นและทีม ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ดังกล่าวเป็นการพัฒนาตนเอง โดยให้คุณค่ากับบุคคลและผลลัพธ์ในระยะยาว โดยมุ่งเน้นที่การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและการปรับปรุงนวัตกรรม ทำให้เกิดความคิดเชิงกลยุทธ์ โดยใช้วิธีการทำงานที่มีโครงสร้าง และสร้างสภาพแวดล้อมที่มีการสื่อสารแบบเปิด การให้ความไว้วางใจ การสนับสนุน และให้ความความเคารพซึ่งกันและกัน ทั้งนี้วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ทำให้พนักงานรู้สึกดี มีความสุข และมีแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ รู้สึกมีคุณค่า ได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม และชื่นชม ทำให้พนักงานรู้สึกว่าความคิดเห็นมีความสำคัญและเห็นคุณค่าของผลงาน ยืนยันความสอดคล้องจากงานวิจัยของ Marinova et al. (2018) พบว่า องค์กรที่มีค่านิยมแบบสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ของพนักงานผ่านการมอบอำนาจทางจิตใจ ซึ่งองค์กรที่มีค่านิยมแบบสร้างสรรค์เป็นแรงผลักดันและกระตุ้นให้บุคลากรรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สะท้อนออกมาในลักษณะของความคิดสร้างสรรค์หรือพฤติกรรมที่มีความสร้างสรรค์ และศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อีกทั้ง Lut (2020) แสดงให้เห็นว่าองค์กรที่มีการผลักดันในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับดิจิทัล ทีมงาน งานข้ามสายงาน เสริมสร้างทักษะความสามารถ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และการค้นหาแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องขับเคลื่อนด้วยพนักงาน Generation Z ทั้งนี้พบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์เป็นสภาพแวดล้อมที่พนักงาน Generation Z ต้องการ นำไปสู่ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

6. บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า บุคลิกภาพเชิงรุกเป็นบุคลากรที่มีลักษณะมีความคิดริเริ่ม มองเห็นโอกาส และลงมือทำจนกว่าจะบรรลุผลสำเร็จ รู้จักแสวงหาโอกาส มองหาโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง และเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์และอารมณ์เชิงบวก

สามารถจัดการกับปัญหาภายใต้สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ดังนั้นบุคลากรที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกหากได้รับการส่งเสริมจากองค์กร จะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ซึ่ให้เห็นโอกาสในการเติบโต หรือลองวิธีการใหม่ ๆ และการรับฟังข้อเสนอแนะของบุคคลหรือทีม ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนางาน และนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์และทำให้เกิดนวัตกรรมได้ ผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Robbins and Judge, (2013) ที่กล่าวว่า บุคลิกภาพเชิงรุก คือ บุคลิกภาพที่แสดงออกต่อการกระทำในเชิงรุก มีการแสดงออกถึงความริเริ่มสร้างสรรค์แสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา และมีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ Caniels, Semeijn and Renders (2018) ที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของบุคลิกภาพเชิงรุกกับการมีส่วนร่วมในงานซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงพบว่าสามารถปรับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและการมีส่วนร่วมในงานได้ดีขึ้น เมื่อพนักงานมีความคิดแบบเติบโต ยืนยันความสอดคล้องจากงานวิจัยของ Tastan (2013) พบว่าการมีส่วนร่วมบรรยากาศขององค์กร (การสนับสนุนทางสังคมการเมือง สภาพแวดล้อมการทำงานแบบมีส่วนร่วม การเข้าถึงทรัพยากร การเข้าถึงข้อมูล) และภาวะผู้นำตนเองส่งผลทางตรงในเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน และมีอิทธิพลของตัวแปรแทรก การมีส่วนร่วมในงาน และบุคลิกภาพเชิงรุกในความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของบรรยากาศองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

7. บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า บุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุก จะมีลักษณะที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง ไม่ถูกจำกัดด้วยบริบทและสภาพแวดล้อมในองค์กรและภายนอก และความคิดนอกกรอบ จะมีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ อยู่เสมอ เชื่อมโยงกับข้อคำถามเกี่ยวกับการมีอิสระทางความคิด เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการคิดสร้างสรรค์และสามารถพัฒนาไปสู่นวัตกรรมได้ แต่หากบุคลากรในองค์กรบุคลิกภาพเชิงรุกที่มีความมั่นใจในตัวเองและมีความคิดนอกกรอบ ซึ่งไม่เหมาะกับการทำงานในองค์กรที่มีกฎระเบียบและขั้นตอนการทำงาน หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการทำงานที่มีกรอบในการทำงานที่ชัดเจนไม่สามารถที่จะแสดงบุคลิกภาพเชิงรุกได้ ดังนั้นสรุปได้ว่าบุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับ Choi, Ullah and Kang (2021) ที่พบว่าบุคลิกภาพเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานที่สร้างสรรค์ และพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและประสิทธิภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านการการรับรู้ความสามารถของตนเองในเชิงสร้างสรรค์ และจากการศึกษายังพบว่าพนักงานที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการ

ทำงานเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยพนักงานที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกมุ่งเน้นการพัฒนาความคิดริเริ่มด้วยตนเอง เพื่อสร้างแนวคิดใหม่ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับการปฏิบัติงานและระดับองค์กร นอกจากนี้ พนักงานที่มีบุคลิกเชิงรุกมีแนวโน้มที่จะยอมรับวัฒนธรรมการทำงานขององค์กรที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง มีวิสัยทัศน์ที่มีความคิดริเริ่ม ซึ่งเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของผลงานที่สร้างสรรค์ อีกทั้ง Caniëls, Semeijn, and Renders (2018) พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของบุคลิกภาพเชิงรุกกับการมีส่วนร่วมในงานซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงพบว่าสามารถปรับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกและการมีส่วนร่วมในงานได้ดีขึ้น เมื่อบุคลากรมีความคิดแบบเติบโต ผลวิจัยไม่สอดคล้องกับผลวิจัยที่ผ่านมา อาจเนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรสายวิชาการ สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคเหนือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเมื่อพิจารณาศึกษาถึงมหาวิทยาลัยที่เป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นไปตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มีฐานะเทียบเท่า “กรม” ส่วนใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นหน่วยงานของรัฐตามกฎหมาย หากพิจารณามหาวิทยาลัยราชภัฏที่ออกนอกระบบในปัจจุบันมี “มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” แห่งเดียวที่ออกนอกระบบราชการเป็น มหาวิทยาลัยในการกำกับของรัฐ เป็น “มหาวิทยาลัยสวนดุสิต” ดังนั้นสังกัดของบุคลากรสายวิชาการ ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นหน่วยงานของรัฐ แผนหรือนโยบาย ขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ยังคงอยู่ในรูปแบบของรัฐ หรืออาจกล่าวได้ว่า มหาวิทยาลัยมีกฎระเบียบและขั้นตอนการทำงานที่มีกรอบในการทำงานที่ชัดเจน จึงอาจทำให้ศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานถูกจำกัด ดังนั้นบุคลิกภาพเชิงรุกจึงไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

8. การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลเชิงลบต่อความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยการรับรู้ความสามารถของตนเองเกิดจากค่านิยม ความเชื่อ สถานการณ์ สภาพแวดล้อม หรือการสนับสนุนจากองค์กร ที่ส่งผลต่ออารมณ์ในเชิงลบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับ Tierney and Farmer (2011) พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง (self-efficacy) เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดการแสดงผลพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์และเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ยากลำบากหรือท้าทาย Santoro et al. (2019) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองในเชิงสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง

และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่นเดียวกับ Chiang et al. (2013) ที่กล่าวว่าบุคคลที่มีความมั่นใจในตนเองเชิงสร้างสรรค์สูงจะไวต่อสิ่งเร้าในเชิงบวกและตั้งเป้าหมายของงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในเชิงบวก และความมั่นใจในตนเองเชิงสร้างสรรค์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น ผ่านการสร้างแรงจูงใจ ซึ่งบุคคลที่มีความมั่นใจในตนเองเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการรับรู้ความสามารถของตนเอง ดังนั้นการรับรู้ความสามารถของตนเองจึงเป็นการประเมินตนเองว่าจะปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายให้สำเร็จในสถานการณ์ต่างๆ (Wang et al., 2014) ซึ่งผลวิจัยไม่สอดคล้องกับผลวิจัยที่ผ่านมา อาจเนื่องมาจากการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตั้งเป้าหมายในการทำงาน หากบุคลากรมีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ จะรู้สึกว่ายู่ห่างไกลจากเป้าหมาย จึงต้องใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย หรือการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะลดทอนการรับรู้สถานะปัจจุบันและเป้าหมาย ทำให้ลดแรงจูงใจและขัดขวางการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ การรับรู้ความสามารถของตนเองยังเกิดจากค่านิยม ความเชื่อ สถานการณ์ สภาพแวดล้อม หรือการสนับสนุนจากองค์กร ที่ส่งผลต่ออารมณ์ในเชิงลบ และจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ทำให้บุคคลลดความคาดหวังในการปฏิบัติงาน และส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้นการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่ำ จะส่งผลเชิงลบต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

9. การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองอาจไม่ได้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และไม่ใช่ว่าทุกคนที่จะมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ด้วย เช่น สภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ นอกเหนือจากการรับรู้ทัศนคติเชิงบวก การเรียนรู้ และการฝึกฝนจะส่งผลให้เกิดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มากขึ้น บุคลากรแต่ละคนมีความรู้ความสามารถ ความถนัดแตกต่างกันไป การรับรู้จึงแตกต่างกัน การรับรู้ความสามารถของตนเองเกี่ยวข้องกับความมั่นใจในประสิทธิภาพของตนเองก็จริง แต่อาจไม่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานที่แท้จริง หรือไม่สามารถดึงศักยภาพของตนเองออกมาได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นสรุปได้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ผลวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับ Gerber et al., (2012); Hsiao et al., (2011) และ Hsu, Hou, and Fan, (2011) ที่กล่าวว่า บุคคลที่เชื่อมั่นว่าตนเองสามารถทำสิ่งที่แตกต่างจากเดิมได้สำเร็จจะเป็นผู้ที่สามารถก้าวข้ามขีดจำกัดของตนเองได้ การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ของพฤติกรรมสร้างนวัตกรรม และ Shaw, Kapnek & Morelli (2021) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง ถูกกำหนดว่าเป็นความเชื่อในความสามารถในการสร้างผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ ดังนั้นการรับรู้ความสามารถของตนเองจึงสะท้อนถึงการตัดสินใจในความสามารถของตนเองหรือศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกและความพยายามในการดำเนินกิจกรรมของบุคคล และท้ายที่สุดคือการบรรลุผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ และไม่ใช่ความสามารถเพียงอย่างเดียวที่มีความสำคัญแต่ต้องมีความเชื่อในความสามารถของตนเองด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบุคลากรแต่ละคน มีความรู้ความสามารถ ความถนัดแตกต่างกันไป การรับรู้จึงแตกต่างกัน การรับรู้ความสามารถของตนเองเกี่ยวข้องกับความมั่นใจในประสิทธิภาพของตนเอง แต่อาจไม่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานที่แท้จริง หรือไม่สามารถึงศักยภาพของตนเองออกมาได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นการรับรู้ความสามารถของตนเองอาจจะไม่มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมขององค์กร

10. แนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ซึ่งอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านพฤติกรรมสร้างนวัตกรรม นอกจากนี้ยังค้นพบว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม บรรยายกาขององค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ดังนั้นองค์กรที่ต้องการเพิ่มผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม จะต้องมุ่งเน้นการสร้างศักยภาพสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้จากการตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และมีความมุ่งมั่นพยายามในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อองค์กร ฝึกฝนกระบวนการคิด การแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการใหม่ ๆ ปรับปรุงกระบวนการหรือรูปแบบในการทำงานใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงได้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ทั้งนี้การพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคคลจะประสบผลสำเร็จ นอกจากปัจจัยส่วนบุคคลแล้ว สภาพแวดล้อมขององค์กรและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน องค์กรจำเป็นต้องมีเป้าหมายและแผนงานที่ชัดเจน สามารถวัดผลความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรม และให้ผลตอบแทนอย่างชัดเจน สนับสนุนด้านงบประมาณและสิ่งจูงใจ ส่งเสริมให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเองและฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง ให้อิสระในการทำงาน และกำหนดรูปแบบการทำงานได้ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีทัศนคติที่เปิดกว้าง ยอมรับสิ่งใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ รับฟังความคิดเห็นของบุคลากรทั้งทางบวกและทางลบและนำไปปรับปรุงพัฒนาให้เกิดผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น กระตุ้นให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์ สร้างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจให้บุคลากรสร้างสรรค์ผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรม สนับสนุนการเรียนรู้ ให้ความไว้วางใจ ให้อิสระในการตัดสินใจ เปิด

โอกาสให้บุคลากรสามารถแสดงศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายขององค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เกิดจากการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล โดยองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้บุคลากรเกิดการพัฒนาดตนเองได้ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมขององค์กร และการสนับสนุนจากองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential Theory of creativity) ที่ประกอบด้วยปัจจัยภายในตนเองและปัจจัยภายนอก ซึ่งความคิดสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีการเติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และบรรยากาศที่สนับสนุนในการพัฒนา เพื่อให้บุคคลเปิดกว้างทางความคิดและจิตใจ พัฒนาความคิดใหม่ เพื่อสร้างโอกาสใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นหนึ่งในตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลจากบรรยากาศขององค์กร (Ahmadi & Emaipour, 2013) การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร จึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ การสนับสนุนองค์กรสำหรับพนักงาน คือขอบเขตที่พนักงานรู้สึกว่าองค์กรสนับสนุน เคารพ ให้รางวัล และยกย่อง ผู้ที่สร้างสรรค์ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ยิ่งองค์กรให้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในระดับสูงเท่าใด พนักงานก็ยิ่งต้องมีความกระตือรือร้นในการจัดการกับความไม่แน่นอน และการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเท่านั้น และนำไปสู่การสร้างแนวคิดใหม่ ๆ และแนวทางใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อปรับตัว ดังนั้น การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะช่วยให้เกิดแรงจูงใจภายใน ซึ่งจะส่งผลให้ระดับความคิดสร้างสรรค์ที่สูงขึ้น (Ibrahim et al., 2016) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Santosa et al. (2021) พฤติกรรมที่สร้างสรรค์ของพนักงานเพิ่มขึ้นเมื่อองค์กรให้การสนับสนุนแก่พนักงาน และบรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนให้พนักงานมีพฤติกรรมสร้างสรรค์ และยิ่งพนักงานมีความคิดสร้างสรรค์สูงเท่าไร ผลการปฏิบัติงานของพนักงานก็จะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม คือวัฒนธรรมองค์กร ที่เป็นค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมที่คาดหวังร่วมกัน ซึ่งมีผลอย่างมากต่อความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมักจะฝังแน่นอยู่ในวัฒนธรรมและกระบวนการบริหารจัดการขององค์กรที่ประสบความสำเร็จ (Harvey, 2014) บรรทัดฐานและค่านิยมเหล่านี้ เป็นสิ่งกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมและกิจกรรมที่กำหนดเป็นโครงสร้าง ขั้นตอน นโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการจัดการขององค์กร ซึ่งรูปแบบขององค์กรดังกล่าว อิทธิพลโดยตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน (State & Iorgulescu, 2014; Glăveanu, 2017) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Maxwell et al. (2019) ที่พบว่าวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ของพนักงาน ดังนั้นการจัดการองค์กรต้องทำให้แน่ใจว่าวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ถูกรวมไว้และฝังเป็นนโยบายองค์กรที่มุ่งส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ของพนักงาน นำไปสู่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมของพนักงาน

บทที่ 6 ประโยชน์และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยขอเสนอประโยชน์ของการวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประโยชน์ของการวิจัย
2. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยนี้สามารถอธิบายเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร เพื่อนำไปสู่พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ซึ่งการวิจัยนี้ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) โดยนำทฤษฎีมาบูรณาการเพื่อให้อ้างอิงความรู้ใหม่ ต่อยอดและสร้างความก้าวหน้า ต่อวงการวิชาการ ประโยชน์เชิงนโยบาย (Policy Contributions) โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายบริหารองค์กรเพื่อสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และประโยชน์เชิงการจัดการ (Managerial Contributions) โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเกิดประสิทธิผลแก่องค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ พัฒนาและต่อยอดแนวคิด สร้างความก้าวหน้าและก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านวิชาการ ดังนี้

1.1 การบูรณาการทฤษฎีพื้นฐาน

การวิจัยครั้งนี้ มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาฐานคิดของทฤษฎีพื้นฐานที่อยู่เบื้องหลังการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ (The componential Theory of creativity) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมควบคู่กัน รวมถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกหรือสภาพแวดล้อมทางสังคม และปัจจัยทางสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคหรือเป็นตัวกระตุ้นให้เกิด

แรงจูงใจภายในและส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ และทฤษฎีทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล ที่เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นในบริบททางสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลของสภาพแวดล้อม และพฤติกรรม และยังรวมถึงการขับเคลื่อนแรงจูงใจและการกำกับตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาบูรณาการเพื่อสร้างแนวคิดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งเป็นแนวคิดที่เน้นความสามารถของบุคลากรในการสร้างทักษะความรู้ ความสามารถ เพื่อยกระดับความสามารถของบุคลากร ให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และเป็นการสร้าง ประยุกต์ และบูรณาการความสามารถ เพื่อพัฒนาเป็นความสามารถใหม่ของบุคลากร ภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การวิจัยในครั้งนี้จึงก่อให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ที่ต่อยอดจากการศึกษาความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมขององค์กร ที่มุ่งเน้นการสร้างสิ่งใหม่ เพื่อนำมาประยุกต์และพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกิดจากการบูรณาการ รวมทั้งผลการวิจัยไปใช้อ้างอิงหรือศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ในมิติอื่น ๆ หรือขยายไปสู่การศึกษาในบริบทอื่น ๆ ต่อไป

1.2 การพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ผลจากการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีพื้นฐาน เพื่อการพัฒนา ตัวแปร นิยามของตัวแปร และความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ทำให้ได้ตัวแปรและมิติองค์ประกอบใหม่ ที่เชื่อมโยงเป็นกรอบแนวคิดของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ โดยปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ได้แก่ บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ส่วนผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ได้แก่ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาตัวแปรแทรก (Moderator Variables) ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาสมมติฐานการวิจัยใหม่ โดยอาศัยรากฐานของแนวคิดและทฤษฎีที่มีความสมเหตุสมผล ทำให้สามารถนำกรอบแนวคิดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมไปปรับใช้ในการศึกษาและการจัดการในบริบทต่าง ๆ ได้ต่อไป

1.3 องค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อสังเคราะห์ องค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ทักษะการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking Skills) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Sharing) การบูรณาการทางเทคโนโลยี (Technology Integration) และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process Development) ซึ่งเป็นทักษะ ความรู้ความสามารถที่สนับสนุนให้บุคลากรสามารถพัฒนาศักยภาพและนำไปปรับใช้ในการ ปฏิบัติงานและสร้างสรรค์ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในทุกสถานการณ์ และยังเป็นการเพิ่ม ขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่า ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิง นวัตกรรม เป็นทักษะและความสามารถของบุคคลในการคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ การแสวงหาวิธีการ ใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการพัฒนาทักษะการคิด กระบวนการคิด วิธีการ รูปแบบการคิด อย่างหลากหลาย ผ่านการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ และการฝึกฝน รวมทั้งการ เปิดกว้างทางความคิด และการยอมรับสิ่งใหม่ ๆ นอกจากนี้การบูรณาการทางเทคโนโลยี โดยการนำ เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหา และส่งเสริมกระบวนการทำงาน จะช่วยให้เกิดความคิด สร้างสรรค์ และนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรม ที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อองค์กร ดังนั้น องค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จึงเป็นองค์ประกอบที่ใหม่และเติมเต็ม ช่องว่างของแนวคิดให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถนำไปเป็นประโยชน์ในการปรับใช้ทางด้านการจัดการ และด้านวิชาการได้ในอนาคต

1.4 องค์ประกอบและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นผลลัพธ์ของศักยภาพความคิด สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

จากการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม นอกจากเห็นจากการ สังเคราะห์องค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จากการบูรณาการแนวคิดและ ทฤษฎีแล้ว การวิจัยในครั้งนี้ยังสังเคราะห์วรรณกรรมเพื่อสร้างองค์ประกอบย่อยหรือตัวแปรผลลัพธ์ ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ พฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรม และผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยใช้การเชื่อมโยงของทฤษฎีองค์ประกอบของการ สร้างสรรค์ เพื่ออธิบายถึงความสามารถในการสร้างนวัตกรรม และสร้างผลการปฏิบัติงานเชิง นวัตกรรมที่ดีหากบุคลากรมีศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ อันเป็นผลมา จากองค์ประกอบทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เกิดขึ้นจากการมีแรงจูงใจภายใน มีความเชี่ยวชาญ และมีทักษะทางการคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทำให้ค้นพบความคิดใหม่หรือแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

1.5 องค์ประกอบและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ในการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม นอกจากการสังเคราะห์องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมแล้ว การวิจัย ในครั้งนี้ยังได้สังเคราะห์วรรณกรรมเพื่อสร้างองค์ประกอบย่อยหรือมิติของตัวแปรที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ บรรยากาศองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยใช้การเชื่อมโยงของทฤษฎีองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ กล่าวคือ บรรยากาศองค์กร เป็นสภาพแวดล้อมทางสังคมหรือสภาพแวดล้อมภายนอกตัวบุคคล ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมของบุคลากรในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กร บรรยากาศองค์กรจึงควรมีลักษณะที่ส่งเสริมความคิดใหม่ ๆ ของบุคลากรในองค์กร ส่งเสริมการเพิ่มผลลัพธ์ และเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในองค์กร ส่งเสริมความสำเร็จและการมีส่วนร่วมของบุคลากร และตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร และช่วยเพิ่มความมุ่งมั่นซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้องค์กรจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับบรรยากาศองค์กรและวัฒนธรรมองค์กร รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะเข้ามากระทบต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร และปรับวิธีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุดในการส่งเสริมศักยภาพของบุคลากร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร นอกจากนี้จากการวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่า ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากผู้นำมีส่วนสำคัญในการผลักดันและสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรให้บรรลุเป้าหมาย ผู้นำที่ส่งเสริมบุคลากรจะช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในเชิงบวก และมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และกระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาในองค์กร และทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย ดังนั้น บรรยากาศองค์กรและวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ จึงเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่สอดคล้องกับการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

2. ประโยชน์เชิงนโยบาย

การวิจัยนี้มีประโยชน์สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารในระดับมหภาค ดังนี้

2.1 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางของหน่วยงานในการกำหนดนโยบายพัฒนาตนเองของบุคลากร และบุคลากรสามารถนำไปวางแผนในการพัฒนาตนเอง โดยการจัดทำแผนพัฒนาตนเองรายบุคคล ให้สอดคล้องกับความสามารถในปฏิบัติงาน พิจารณาจุดเด่นจุดด้อยของตนเอง และพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นของตนเองและหน่วยงาน โดยผ่านการประเมินของหน่วยงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.2 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางของหน่วยงานในการพัฒนาระบบประเมินศักยภาพของบุคลากร โดยกำหนดตัวชี้วัด กำหนดรายการของคุณลักษณะอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม และการสร้างเครื่องมือที่มีคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการประเมินที่มีประสิทธิภาพ และนำไปเข้าสู่กระบวนการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น

2.3 จากการผลการวิจัยพบว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร จะช่วยสร้างผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ และจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพสูง สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและแผนในการเร่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีทักษะความรู้ความสามารถเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สอดรับต่อการยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์สู่ศตวรรษที่ 21 และสอดคล้องกับการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ Thailand 4.0

2.4 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางของหน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยสามารถนำไปกำหนดนโยบายเพื่อเป็นแนวทางนำผลการวิจัยไปต่อยอด พัฒนา หลักสูตรเพื่อพัฒนาผู้บริหาร และหลักสูตรพัฒนาบุคลากร เพื่อสร้างนวัตกรรม ให้มีทักษะ ความรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกระบวนการทำงานในองค์กร และส่งเสริมการยกระดับภาพรวมองค์กรให้กลายเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ซึ่งหากองค์กรมีผู้บริหารที่รับรู้ถึงสภาวะของการแข่งขัน และมีบุคลากรที่มีทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้น และขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

2.5 การวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนระยะยาว หรือยุทธศาสตร์ ในหน่วยงานด้านการศึกษา ส่งเสริมให้หน่วยงานมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมในระดับองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อนำไปสู่การสร้างความสามารถทางนวัตกรรม โดยการ

สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกันทั้งในระดับหน่วยงาน ระดับกระทรวง และระดับประเทศ สอดรับกับบริบทแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี สามารถยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ ให้มีคุณภาพ มีศักยภาพ สามารถสร้างสรรค์ผลงาน จนเป็นที่ยอมรับของสังคมไทยและสังคมโลก และเป็นหน่วยงานที่สร้างความมั่นคงให้กับประเทศ

3. ประโยชน์เชิงการจัดการ

จากการวิจัยนี้สามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการ ดังนี้

3.1 องค์กรที่ต้องการให้บุคลากรมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม จำเป็นต้องการสร้างหรือผลักดันด้านการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร โดยมุ่งเน้น 1) ทักษะการคิดนอกกรอบ เพราะเป็นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด 2) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจบริบทในการดำเนินงานในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการโต้ตอบ แบ่งปัน แשרประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และทักษะต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดความคิดต่อยอดหรือความคิดใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์ 4) การบูรณาการทางเทคโนโลยี บุคลากรที่สามารถบูรณาการทางเทคโนโลยีกับการทำงานจะช่วยให้เกิดการพัฒนาความคิด การสร้างความสัมพันธ์ การทำงานร่วมกัน และการสื่อสาร ช่วยสนับสนุนการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดการแนวคิดใหม่ ๆ และ 5) การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะเพิ่มความสามารถในการแก้ปัญหา และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา หากองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมจะนำมาซึ่งพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมของบุคลากร

3.2 ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรมีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ไปใช้ในการกำหนดแนวทางและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากร และส่งเสริมกระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ ๆ ด้วยการคิดหรือดัดแปลง ทำให้เกิดสิ่งใหม่ได้องค์กร โดยสิ่งใหม่นี้เป็นผลลัพธ์ที่มีแนวโน้มที่จะแก้ไขปัญหาขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นองค์กรที่มีการส่งเสริมศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร บุคลากรจะใช้ศักยภาพดังกล่าวในการปฏิบัติงานที่สามารถสร้างผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมขององค์กรที่เพิ่มขึ้น

3.3 ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมไปใช้ในการกำหนดแนวทางและเสริมสร้างบรรยากาศองค์กรที่ดี ที่จะช่วยกระตุ้นให้บุคลากรเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่นำมาสู่การเพิ่มศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิง

นวัตกรรม ซึ่งบุคลากรที่ทำงานในบรรยากาศองค์กรในสภาพแวดล้อมที่ดี จะสามารถรับรู้ได้ทั้งโดยตรงและทางอ้อม และมีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนของการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมและประสิทธิผลขององค์กร

3.4 ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ไปใช้ในการกำหนดแนวทางและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีที่มีลักษณะเชิงบวกจะนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและสามารถเพิ่มศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทั้งนี้วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญคือ การมุ่งเน้นความสำเร็จ การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ดังนั้นหากองค์กรสร้างวัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นความสำเร็จ มุ่งเน้นให้บุคลากรพัฒนาตนเอง และทำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือ ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่ดีขึ้น

3.5 ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านทรัพยากร เนื่องจากความพร้อมของทรัพยากรขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยการสำรวจและจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นและเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน นอกจากนั้นจะต้องเป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย

3.6 ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางและส่งเสริมให้บุคลากรกลุ่มงาน หรือหน่วยงาน ใช้ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่ม productivity ให้กับองค์กร และสร้างตัวชี้วัดที่ชัดเจน ติดตาม และประเมินผล และให้รางวัลหรือผลตอบแทนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

3.7 ผลการวิจัยนี้องค์กรสามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอก บูรณาการดำเนินการร่วมกับองค์กรและหน่วยงานอื่น เช่น สถาบันการศึกษาอื่น ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน องค์กรธุรกิจ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านการวิจัย การพัฒนา เทคโนโลยี นวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาท้องถิ่นและการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าและมีประโยชน์สูงสุด และสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี

3.8 บุคลากรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของตนเอง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนาระบบความคิดสร้างสรรค์ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรม การสัมมนา การประชุม รวมทั้งการ

ทำงานเป็นทีม เพื่อสั่งสมความรู้ และประสบการณ์ และนำไปต่อยอดให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม มีค่าน้ำหนักมากที่สุด ดังนั้น เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม บุคลากรต้องได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อขยายทักษะความรู้ให้ได้ความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรทั้งในและนอกองค์กร เพื่อให้ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลสามารถกระจายไปทั่วทั้งองค์กร ทำให้ทักษะความรู้ขยายวงกว้างขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีมาบูรณาการเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารต้องให้ความสำคัญและตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร ที่จะนำไปสู่การสร้างความคิดใหม่ และนำความคิดไปประยุกต์ใช้เป็นผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และการดำเนินงานขององค์กร

2. บรรยากาศองค์กรมีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จากผลการวิจัยพบว่าบรรยากาศองค์กรเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมมากที่สุด ดังนั้นผู้บริหารควรควรสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร โดยการจัดสิ่งสนับสนุนต่าง ๆ เช่น การให้ผลตอบแทน การยกย่อง เชิดชู การจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสมและเพียงพอแก่บุคลากร การปรับปรุงบรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างบรรยากาศในการทำงานเป็นทีม ตลอดจนการส่งเสริมจากหัวหน้างาน การกระจายอำนาจความรับผิดชอบ และการตัดสินใจ

3. เนื่องจากศักยภาพของบุคลากร เป็นความสามารถที่แฝงอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งสามารถพัฒนาความรู้ความสามารถให้เกิดเป็นศักยภาพของบุคคลนั้นได้ ดังนั้นเพื่อให้บุคคลสามารถพัฒนาได้สูงสุดเต็มศักยภาพ องค์กรจึงต้องพิจารณาศักยภาพ และผลการปฏิบัติงานของบุคลากร เกี่ยวกับความรู้ความสามารถในงานที่ปรากฏ โดยพิจารณาจากทักษะในงาน ความรู้ พฤติกรรม ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และผลลัพธ์ของงาน เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สอดคล้องกับศักยภาพของบุคลากรที่มีอยู่ และผลักดันให้บุคลากรมีศักยภาพในระดับสูงในอนาคต เช่น การมอบหมายงานหรือให้รับผิดชอบงานเพิ่มขึ้น ผลักดันให้เกิดความคิดริเริ่ม และให้แก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยตัวเอง เพื่อพัฒนาผลงานให้สูงขึ้น ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถที่เหมาะสมหรือการมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการทำงานเฉพาะด้าน เพื่อให้บุคลากรมีศักยภาพที่สูงขึ้น

4. จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนั้นผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงาน ให้อิสระแก่พนักงานในการตัดสินใจ และสนับสนุนแนวทางการแก้ปัญหาใหม่ ๆ กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและการพัฒนาในเชิงบวก สร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตและการเปลี่ยนแปลง และกระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่สำคัญในการแก้ไขปัญหา และการเห็นความสำคัญของบุคลากร และสนับสนุนทุกกิจกรรมในการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและข้อจำกัดของการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยมีระดับการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เป็นระดับบุคคล ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยขอเสนอให้ทำการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะพหุระดับ (Multiple-Level Analysis) เช่น การศึกษาระดับกลุ่มภายในองค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่มีมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม หรือระดับองค์กร โดยมีผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริหารระดับสูง หรือในระดับผู้จัดการขององค์กร เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีข้อมูลมาจากหลากหลายมุมมอง ให้สามารถนำมาปรับใช้ในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey Research) ผลการศึกษาที่ได้จึงเป็นผลการศึกษาจากช่วงเวลาที่ทำการศึกษาเท่านั้น ในการวิจัยในอนาคตผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ออกแบบการศึกษาเป็นแบบระยะยาว (Longitudinal study) เนื่องจากการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ อาจใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ และอาจมีปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี ดังนั้น เพื่อให้เห็นการพัฒนาหรือความเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงควรมีการศึกษาในระยะยาวเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีครอบคลุมและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

3. การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยศึกษาในบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือเท่านั้น ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ สำหรับการวิจัยในอนาคตผู้วิจัยเสนอให้ทำการศึกษากับบุคลากรในองค์กรที่ต้องการพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น องค์กรธุรกิจ องค์กรการศึกษา องค์กรภาครัฐ หรือเอกชน เป็นต้น เพื่อยกระดับความสามารถของบุคลากร ให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมรับมือต่อการ

เปลี่ยนแปลง และนำไปสู่การพัฒนาองค์กรแห่งนวัตกรรม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับองค์กร

4. จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง จัดเป็นองค์ประกอบหนึ่งของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ดังนั้น การวิจัยในอนาคตครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการวิจัยเชิงปริมาณเพิ่มเติม เพื่อให้องค์ประกอบของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีความสมบูรณ์มากขึ้น

5. จากสมมติฐานการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า บุคลิกภาพเชิงรุกไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นมหาวิทยาลัยในหน่วยงานของรัฐ จึงมีกฎระเบียบและขั้นตอนการดำเนินงานที่มีความชัดเจนและมีข้อจำกัด ไม่ค่อยมีความยืดหยุ่นและอิสระในการทำงานทำงานมากเท่าใดนัก ซึ่งมีลักษณะที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทำให้บุคลากรที่มีศักยภาพเชิงรุกไม่สามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มความสามารถ ดังนั้นการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมยังจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยที่ต่อเนื่องและเจาะลึกมากขึ้น โดยทำการทดสอบซ้ำเพื่อหาสาเหตุของปัญหา หรือทำการทดสอบกับหน่วยงานอื่น เช่น มหาวิทยาลัยเอกชน หรือองค์กรธุรกิจอื่น ๆ หรือการศึกษาในช่วงระยะเวลาที่องค์กรมีการปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อทดสอบผลการวิจัยว่ามีความแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้หรือไม่

6. จากสมมติฐานการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นเพราะการรับรู้ความสามารถตนเอง เป็นความคาดหวังในความสามารถของตนเอง และความคาดหวังในผลของการกระทำ ทั้งนี้การรับรู้ความสามารถของตนเองเกิดจากค่านิยม ความเชื่อ สถานการณ์ และสภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ และส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม ซึ่งหากบุคคลไม่ได้รับการสนับสนุนจากบรรยากาศองค์กรที่ดีที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ก็อาจเป็นการลดแรงจูงใจและความคาดหวังในการปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ทำการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมในบริบทขององค์กรที่มีบรรยากาศองค์กรที่แตกต่างกัน เพื่อทดสอบผลการวิจัยว่ามีความแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้หรือไม่

7. จากสมมติฐานการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นเพราะวัฒนธรรมองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏ มีกฎระเบียบหรือกรอบการทำงานที่รัดแน่นจนเกินไป จนผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างอิสระ ไม่ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนในการมีส่วนร่วมหรือผลักดันให้ไปสู่ผลสำเร็จ จึงทำให้บุคลากรไม่สามารถดึงศักยภาพของตนเองออกมาได้อย่างเต็มที่ และกระทบต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ดังนั้นผู้วิจัย

จึงขอเสนอให้ทำการศึกษาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมในบริบทขององค์กรที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกัน เพื่อทดสอบผลการวิจัยว่ามีความแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้หรือไม่

8. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งมีลักษณะของการดำเนินงาน กฎระเบียบ นโยบาย แผนการดำเนินงาน หรือวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มอื่น หรือแตกต่างจากมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนแห่งอื่น ดังนั้นผู้ที่ให้นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของการวิจัยดังกล่าว

9. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากวรรณกรรมต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ได้ความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และนำมาใช้ในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และนำมาทดสอบเชิงประจักษ์กับองค์กรที่ลักษณะเฉพาะ และศึกษาในบริบทขององค์กรในประเทศไทย ซึ่งอาจทำให้ได้ผลการวิจัยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ที่ให้นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของการวิจัยดังกล่าว

ทั้งนี้ จากการสรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะที่ได้กล่าวมาข้างต้น ชี้ให้เห็นว่า ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบและพัฒนาความสามารถของบุคลากรเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม รวมถึง นักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ที่สำคัญคือจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่ต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 และยกระดับความสามารถของบุคลากรให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี และขับเคลื่อนองค์กรไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม ทั้งนี้ หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร นำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

รายการอ้างอิง

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). **การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). **การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน จำกัดสามลดา.
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ. (2554). **ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์. (2556). **วิจัยเชิงคุณภาพไม่ยากอย่างที่คิด**. พิมพ์ครั้งที่ 5. นครปฐม: สถาบันนวัตกรรมและการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จักรกฤษณ์ โปณะทอง. (2560). "การประเมินคุณภาพโมเดลการวัดองค์ประกอบการบริหารจัดการความเสี่ยงของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ." **Veridian-E-Journal**, 10, 2: 169-188.
- จุฑารัตน์ บันดาลสิน. (2557). "การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สู่นวัตกรรมบริการพยาบาล." **วารสารพยาบาลทหารบก**, 15, 3: 9-17.
- ฉันทะ จันทะเสนา. (2563). "วิธีการรายงานผลการศึกษาของตัวแปรสร้างระดับที่สองของ PLS-SEM." **วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์**, 42, 3: 39-67.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554). ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของ มหาวิทยาลัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร มหาวิทยาลัยศิลปากร. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2**, สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ชาติรี บัวคลี. (2557). "การประยุกต์ใช้แนวคิดของ Dr. Edward de Bono เพื่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ." **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal**, 7, 1: 773-782.
- ชาย โปธิสิตา. (2554). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชาย โปธิสิตา. (2556). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้ง.
- ชาย โปธิสิตา. (2559). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้ง.

- ธนกร คงรัตน์. (2560). **ปัจจัยด้านการจัดการไอเดียความคิดสร้างสรรค์และสมรรถนะของบุคลากร ที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร กรณีศึกษา บริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ ขนาดใหญ่ในประเทศไทย. วิทยาลัยนวัตกรรมการผลิตนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- นิศา ชูโต. (2551). **การวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บริษัท พรินท์โพร จำกัด.**
- พรพรรณ บัวทอง. (2557). **สถานการณ์ในการทำงานและลักษณะทางจิตที่เกี่ยวกับการทำงานวิจัยอย่างสร้างสรรค์ของนักวิจัยในมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- พิมพ์ลักษณ์ อยู่วัฒนา. (2557). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุน เครือข่ายบริการสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสงคราม. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสงคราม.**
- ภาสิต ศิริเทศ และ ณพวิทย์ ธรรมสีหา. (2562). "ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ." **วารสารพยาบาลทหารบก, 20, 2: 58-65.**
- มนตรี พิริยะกุล. (2553). **ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.**
- มุกดา คำอานา. (2557). "ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์กับการพัฒนาตนเองของครูในทัศนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี." **มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.**
- วิจารณ์ พานิช. (2550). "วิถีแห่งองค์กรอัจฉริยะ." **จุลสารอุตสาหกรรมสัมพันธ์, 73: 2 -3.**
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ. (2553). "นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ." **วารสารบริหารธุรกิจ, 33, 128: 49-65.**
- สารสนเทศอุดมศึกษา. (2563). เข้าถึงได้จาก <http://www.mua.go.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2550). **กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565).** เข้าถึงได้จาก <http://www.mua.go.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2562). **แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580).** เข้าถึงได้จาก [http:// www.bpp.mua.go.th/](http://www.bpp.mua.go.th/)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2019). **ระบบราชการ 4.0 เพื่อรองรับต่อยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0.** เข้าถึงได้จาก <https://www.opdc.go.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2560). เข้าถึงได้จาก <https://www.nrct.go.th/>
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2549). **สุดยอดนวัตกรรมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.**
- สุขุมล เกิดนอก. (2559). "อิทธิพลปัจจัยพหุระดับของวิธีปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม." **มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี,**

- สุธีรา นิมนต์นิวัฒน์. (2562). "การรับรู้ความสามารถของตนเองพลังขับเคลื่อนสู่พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม." **วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์**, 14, 2: 136-148.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. (2556). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 21. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์อร ประจันเขตต์. (2557). "องค์กรแห่งนวัตกรรมการศึกษา ทางเลือกใหม่ของการบริหารการศึกษา." **วารสารพยาบาลทหารบก**, 15, 1: 45-51.
- องค์อร ประจันเขตต์ และ สุชาดา นันทะไชย. (2557). "โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นของพฤติกรรมการทำงานที่มุ่งนวัตกรรม ของอาจารย์พยาบาลในสถาบันสมทบคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล." **วารสารพยาบาลทหารบก**, 15, 3: 371-381.
- Abbas, M., and Raja, U. (2015). "Impact of psychological capital on innovative performance and job stress." **Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration**, 32, 2: 128–138.
- Abbott, D. H. (2010). "Experiencing creative self-efficacy: a case study approach to understand creativity in blogging." **Journal of Media & Communication Studies**, 2, 8: 170–175.
- Acar, O. A., Tarakci, M., and Knippenberg, D. (2019). "Creativity and Innovation Under Constraints: A Cross-Disciplinary Integrative Review." **Journal of Management**, 45, 1: 96–121.
- Adams, R., Bessant, J., and Phelps, R. (2006). "Innovation Management Measurement: A Review." **International Journal of Management Review**, 8, 1: 21-47.
- Agba, M. S. (2018). "Interpersonal Relationships and Organizational Performance: The Nigerian Public Sector in Perspective." **Indian Journal of Commerce and Management Studies**, 9, 3: 78-86.
- Ahmadi, A. A., and Emamipour, Z. (2013). "A study on relationship between organizational climate and creativity." **Management Science Letters**, 3: 2709-2716.
- Al-Ababneh, M. (2020). "Linking Ontology, Epistemology and Research Methodology." **Science & Philosophy**, 8, 1: 75-91.

- Al-Mahdawi, B. R. M. (2016). "Understanding the Impact Creativity and Innovation of Rewards on Employees: a Literature Review Study." Faculty of Engineering Blekinge Institute of Technology Sweden.
- Aldahdouh, T. Z., Korhonen, V., and Nokelainen, P. (2019). "What contributes to individual innovativeness? A multilevel perspective." **International Journal of Innovation Studies**, 3: 23-39.
- Alencar, E. M. L. S., and Fleith, D. M. (2008). "Barreiras à promoção da criatividade no ensino fundamental." **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, 24, 1: 59-66.
- Alexander, L., and Van Knippenberg, D. (2014). "Teams in pursuit of radical innovation: A goal orientation perspective." **The Academy of Management Review**, 39, 4: 423-438.
- Alexe, C. G., Alexe, C. M., and Militaru, G. (2014). "Idea Management in the Innovation Process." **Network Intelligence Studies**, 2, 4: 143-152.
- Alfandi, A. M., and Alkawsaneh, M. S. (2014). "The Role of the Incentives and Reward System in Enhancing Employee's Performance "A Case of Jordanian Travel and Tourism Institutions"." **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 4, 4: 326-341.
- Alghamdi, F. (2018). "Ambidextrous leadership, ambidextrous employee, and the interaction between ambidextrous leadership and employee innovative performance." **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, 7, 1: 1-14.
- Ali, I. (2019). "Personality traits, individual innovativeness and satisfaction with life." **Journal of Innovation & Knowledge**, 4: 38-46.
- Alisyahbana, F., Ismail, I., and amlis Wisliandono, R. M. (2015). "liengaruh Kreativitas dan Kerjasama TIM terhadap Kinerja liendamliing UlilikH (Unit lielaksana lirogram Keluarga Haralian) Kabuliaten Samliang." **Neo-Bis**, 9, 2: 53-65.
- Almeida, L. S., and Wechsler, S. M. (2015). "Excelência profissional: a convergência necessária de variáveis psicológicas." **Estudos de Psicologia (Campinas)**, 32, 4: 763-771.
- Amabile, T., and Kramer, S. (2007). "Inner work life: Understanding the subtext of business performance." **Harvard Business Review**, 85, 5: 72-83.
- Amabile, T. A. (1996). **Creativity in context**. Boulder: Westview Press.

- Amabile, T. M. (1983). "Social psychology of creativity: A componential conceptualization." **Journal of Personality and Social Psychology**, 45: 997-1013.
- Amabile, T. M. (1997). "Motivating creativity in organizations: on doing what you love and loving what you do." **California Management Review**, 40, 1: 39-58.
- Amabile, T. M. (2012a). **Componential Theory of Creativity**. Harvard Business School.
- . (2012b). Componential Theory of Creativity. Encyclopedia of Management Theory. In H. K. Eric (Ed.): Sage.
- Amabile, T. M., and Pratt, M. G. (2016). "The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: making progress, making meaning." **Research in Organizational Behavior**, 36: 157-183.
- Amarakoon, U., Weerawardena, J., and Verreynne, M. L. (2016). "Learning capabilities, human resource management innovation and competitive advantage." **The International Journal of Human Resource Management**: 1-31.
- Anand, G., Ward, P., Tatikonda, M., and Schilling, D. (2009). "Dynamic capabilities through continuous improvement infrastructure." **Journal of Operations Management**, 27, 6: 444- 461.
- Anderson, N., Potočník, K., and Zhou, J. (2014). "Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework." **Journal of Management**, 40. doi:10.1177/0149206314527128
- Australian National Audit Office (ANAO). (2009). **Innovation in the Public Sector**. Commonwealth of Australia, Canberra.
- Azim, M.T. et al. (2019). "Linking transformational leadership with employees' engagement in the creative process." **Management Research Review**, 42, 7: 837-858.
- Baer, M. (2012). "Putting creativity to work: the implementation of creative ideas in organizations." **Academy of Management Journal**, 55, 5: 1102-1119.
- Balková, M., Lejsková, P., and Ližbetinová, L. (2022). "The Values Supporting the Creativity of Employees." **Front. Psychol**, 12, 805153: 1-10.

- Bandura, A. (1962). Social learning through imitation. In M. R. Jones (Ed.), **Nebraska Symposium on Motivation** (pp. 211–274): Univer. Nebraska Press.
- Bandura, A. (1977). "Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change." **Psychological Review**, 84, 2: 191-215.
- Bandura, A. (1986). **Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory**. New Jersey: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. In R. Vasta (Ed.). Annals of child development. In **Six theories of child development** (Vol. 6, pp. 1-60). Greenwich, CT: JAI Press.
- Bandura, A. (1997). **Self-efficacy: The exercise of control**. New York, NY: W. H. Freeman and Company.
- Barnard, B., and Herbst, D. (2019). "Entrepreneurship, Innovation and Creativity: The Creative Process of Entrepreneurs and Innovators." **Expert Journal of Business and Management**, 7, 1: 107-146.
- Barros, H. M., and Lazzarini, S. G. (2012). "Do Organizational Incentives Spur Innovation?" **Brazilian Administration Review**, 9, 3: 308-328.
- Bartakova, G., Gubiniova, K., Brtkova, J., and Hitka, M. (2017). "Actual trends in the recruitment process at small and medium-sized enterprises with the use of social networking." **Economic Annals-XXI**, 164, 3-4: 80-84.
- Basaglia, S., Caporarello, L., Magni, M., and Pennarola, F. (2010). "IT knowledge integration capability and team performance: The role of team climate." **International Journal of Information Management**, 30: 542-551.
- Baskaran, S., Lay, H. S., Ming, B. S., and Mahadi, N. (2020). "Technology Adoption and Employee's Job Performance: An Empirical Investigation." **International Journal of Academic Research in Economics and Management and Sciences**, 9, 1: 78–105.
- Beghetto, R. A. (2009). "Correlates of intellectual risk taking in elementary school science." **Journal of Research in Science Teaching**, 46, 2: 210–223.
- Berg, J. M. (2016). "Balancing on the creative highwire: Forecasting the success of novel ideas in organizations." **Administrative Science Quarterly**, 61: 433-468.

- Berisha, B., Ramadani, V., Gërguri-Rashiti, S., and Palalić, R. (2020). The impact of innovative working behaviour on employees' working performance. In J. Leitão, N. A., D. Pereira, and V. Ramadani (Eds.), **Intrapreneurship and Sustainable Human Capital** (pp. 37–49). Springer.
- Björk, J. et al. (2011). "The impact of social capital on ideation." **Industry and Innovation, United Kingdom**, 18, 6: 631-647.
- Bjornberg, N. H. (2017). **Creativity and Innovation Through the Job Demands-Resources Model**. Doctor of Philosophy (PhD), Dissertation, Psychology, Old Dominion University.
- Bledow, R., Frese, M., Anderson, N., Erez, M., and Farr, J. (2009). "A dialectic perspective on innovation: Conflicting demands, multiple pathways, and ambidexterity." **Industrial and Organizational Psychology**, 2, 3: 305-337.
- Boden, M. A. (2004). **The Creative Mind: Myths and Mechanisms**. London: Routledge.
- Brann, A. (2017). **Creativity. Is Your Intelligence Having Fun?** available from <http://synapticpotential.com/creativity/creativity/>
- Brown, D. J., Cober, R. T., Kane, K., Levy, P. E., and Shalhoop, J. (2006). "Proactive personality and the successful job search: A field investigation with college graduates." **Journal of Applied Psychology**, 91, 3: 717-726.
- Browne, M. W., and Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. B. a. J. S. Long (Ed.), **Testing structural equation models** (pp. 136-162). Newbury Park, CA: Sage.
- Cai, W. et al. (2019). "Psychological capital and self-reported employee creativity: The moderating role of supervisor support and job characteristics." **Creat Innov Manag**, 28: 30–41.
- Caldwell, D. F., and O'Reilly, C. A. (2003). "The Determinants of Team-Based Innovation in Organizations: The Role of Social Influence." **Small Group Research**, 34, 4: 497-517.
- Campbell, D. T., and Fiske, D. W. (1959). "Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix." **Psychological Bulletin**, 56, 2: 81–105.

- Candy, L., and Edmonds, E. (2018). "Practice-Based Research in the Creative Arts: Foundations and Futures from the Front Line." **Leonardo**, 51: 63-69.
- Caniëls, M. C. J., Semeijn, J. H., and Renders, I. H. M. (2018). "Mind the mindset! The interaction of proactive personality, transformational leadership and growth mindset for engagement at work." **Career Development International**, 23, 1: 48-66.
- Carmeli, A., Cohen-Meitar, R., and Elizur, D. (2007). "The Role of Job Challenge and Organizational Identification in Enhancing Creative Behavior among Employees in the Workplace." **Journal of Creative Behavior**, 41, 2: 75-90.
- Çekmecelioğlu, H. G., and Günsel, A. (2013). "The effects of individual creativity and organizational climate on firm innovativeness." **9th International Strategic Management Conference. Social and Behavioral Sciences**, 99: 257-264.
- Centobelli, P., Cerchione, R., and Esposito, E. (2017). "Knowledge management in startups: systematic literature review and future research agenda." **Sustainability**, 9: 361.
- Chae, H., and Park, J. (2022). "The Effect of Proactive Personality on Creativity: The Mediating Role of Feedback-Seeking Behavior." **Sustainability**, 14: 1495.
- Chantaket, M., Chunin, M., and Wongpinpech, P. (2021). "THE CAUSAL FACTORS OF INNOVATIVE WORK BEHAVIOR AFFECTING JOB PERFORMANCE OF RESEARCH AND DEVELOPMENT PERSONNEL IN MINISTRY OF HIGHER EDUCATION, SCIENCE, RESEARCH AND INNOVATION." **Journal of Social Science and Buddhist Anthropology**, 6, 12: 15-30.
- Chatzi, S. C., and Nikolaou, I. (2007). "Validation of the four-factor team climate inventory in Greece." **International Journal of Organizational Analysis**, 15, 4: 341-357.
- Chaubey, A., Sahoo, C. K., and Khatri, N. (2019). "Relationship of transformational leadership with employee creativity and organizational innovation: A study of mediating and moderating influences." **Journal of Strategy and Management**, 12, 1: 61-82.

- Chen, J. K., and Chen, I. S. (2010). "Critical creativity criteria for students in higher education: taking the interrelationship effect among dimensions into account." **Quality & Quantity**, 46, 10: 57–75.
- Chen, X., Wei, S., and Rice, R. E. (2020). "Integrating the bright and dark sides of communication visibility in enterprise social media for knowledge management and creativity: The moderating role of regulatory focus." **Computers in Human Behavior**, 111, 106421: 1-30.
- Chen, Y., and Zhang, L. (2019). "Be creative as proactive? The impact of creative self-efficacy on employee creativity: A proactive perspective." **Curr Psychol**, 38: 589–598.
- Chiang, Y. H., Hsu, C. C., and Hung, K. P. (2014). "Core self-evaluation and workplace creativity." **Journal of Business Research**, 67, 7: 1405-1413.
- Chin, W. W. (1998). "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling." **Modern Methods for Business Research**, 295: 295-336.
- Choe, J. (2004). "The consideration of cultural differences in the design of information systems." **Information & Management**, 41: 669–684.
- Choi, J. N., Sung, S. Y., and Cho, T. S. (2014). "Creative contribution of individuals in groups: Effects of goal orientation and participative safety." **Social Behavior and Personality: An International Journal**, 42, 3: 407–422.
- Choi, S. B., Ullah, S. M. E., and Kang, S.-W. (2021). "Proactive Personality and Creative Performance: Mediating Roles of Creative Self-Efficacy and Moderated Mediation Role of Psychological Safety." **Sustainability**, 13: 12517.
- Chuang, Y., Chiang, H., and Lin, A. (2019). "Helping behaviors convert negative affect into job satisfaction and creative performance: The moderating role of work competence." **Pers. Rev**, 48: 1530–1547.
- Cohen-Meitar, R., Carmeli, A., and Waldman, D. A. (2009). "Linking meaningfulness in the workplace to employee creativity: The intervening role of organizational identification and positive psychological experiences." **Creativity Research Journal**, 21, 4: 361–375
- Cohen, J. (1992). "Quantitative Methods in Psychology: A Power Primer." **Psychological Bulletin**, 112: 155-159.

- Confederation of British Industry (CBI)/QUINETIQ. (2008). **Excellence in Service Innovation**. CBI.
- Cooke, R. A., and Szumal, J. L. (2013). **Handbook of Organizational Culture and Climate**. Human Synergistics International.
- Creswell, J. W. (2013). **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches**. Washington DC: Sage.
- Cronbach, L. J. (1984). "A research worker's treasure chest." **Multivariate behavioral research**, 19, 2: 223-240.
- Cronbach, L. J.. (1990). **Essentials of Psychological Testing**. 5th ed. New York: Harper & Row.
- Cropley, D. H., Kaufman, J. C., and Cropley, A. (2011). "Measuring creativity for innovation management." **Journal of Technology Management and Innovation**, 6, 3: 13-30.
- Damanpour, F., and Schneider, M. (2009). "Characteristics of Innovation and Innovation Adoption in Public Organisations: Assessing the Role of Managers." **Journal of Public Resources and Theory**, 19: 495-522.
- Davis, G. (2004). **Creativity Is Forever**. Dubuque, IA: Kendall Hunt Publishing Company.
- De Jong, J., and Hartog, D. (2010). "Measuring Innovative Work Behaviour." **Creativity and Innovation Management**, 19, 23-36.
- De Vires, H. A., Bekkers, V. J. J. M., and Tummers, L. G. (2014). "Innovations in the Public Sector: A Systematic Review." **Ottawa IRSPM Conference** April: 9-11.
- DeBono, E. (1967). **New Think: The Use of Lateral Thinking in the Generation of New Ideas**. New York: Basic Books.
- Diamantopoulos, A., Sarstedt, M., Fuchs, C., Wilczynski, P., and Kaiser, S. (2012). "Guidelines for choosing between multi-item and SI scales for construct measurement: A predictive validity perspective." **Journal of the Academy of Marketing Science**, 40: 434-449.
- Diamantopoulos, A., and Siguaaw, J. A. (2000). **Introducing LISREL: A guide for the uninitiated**. London ua.

- Dobrodolac, M., Ralevic, P., Švadlenka, L., and Radojčić, V. (2016). "Impact of a new concept of universal service obligations on revenue increase in the post of serbia." **Fakultet prometnih znanosti Sveučilišta u Zagrebu**, 28: 235–244.
- Donate, M. J., and Pablo, J. D. S. (2015). "The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation." **Journal of Business Research**, 68, 2: 360-370.
- Doran, J., and Ryan, G. (2017). "The role of stimulating employees' creativity and idea generation in encouraging innovation behaviour in Irish firms." **Irish Journal of Management**, 36, 1: 32-48.
- Dorrow et al. (2015). "Generation of Ideas, Ideation and Idea Management." **Navus I Florianópolis I SC**, 5, 2: 51-59.
- Du, K. (2020). "Achievement goals and creativity: the mediating role of creative self-efficacy." **EDUCATIONAL PSYCHOLOGY**: 1-22.
- Dubina, I. N. (2013). "Measuring Organizational Climate for Creativity and Innovation. Encyclopedia of Creativity, Invention." **Innovation and Entrepreneurship**: 1238–1244.
- Durrah, O., Allil, K., Gharib, M., and Hannawi, S. (2021). "Organizational pride as an antecedent of employee creativity in the petrochemical industry." **European Journal of Innovation Management**, 24, 2: 572-588.
- Economic and Social Research Council (ESRC). (2008). **Innovation Research Initiative Distributed Projects Cost Specification**. ESRC: Swindon.
- Elidemir, S. N., Ozturen, A., and Bayighomog, S. W. (2020). "Innovative Behaviors, Employee Creativity, and Sustainable Competitive Advantage: A Moderated Mediation." **Sustainability**, 12, 3295: 1-18.
- Elmelegy, A., Mohiuddin, Q., Boronico, J., and Maasher, A. (2016). "Fostering Creativity in Creative Environments: An Empirical Study of Saudi Architectural Firms." **Contemporary Management Research**, 12, 1: 89-120.
- Eppler, M. J., Hoffmann, F., and Bresciani, S. (2011). "New business models through collaborative idea generation." **Int. J. Innov. Manag.**, 15, 6: 1323–1341.
- Esposito Vinzi, V., Chin, W., Henseler, J., and Wang, H. (2010). **Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications**.

- Evers, A., Ewert, B., and Brandsen, T. (2014). **Social Innovations for Social Cohesion: 77 Cases from 20 European Cities 2010-14**. European Commission, Nijmegen.
- Fairchild, J., Anabela, M., Scott, C., Liliya, C., and Samuel, H. (2011). **Integrating Technology with the Creative Design Process**. IGI Global publisher.
- Flynn, M. et al. (2003). "Idea management for organizational innovation." **International Journal of Innovation Management**, 7, 4: 417-442.
- Ford, C. M. (1996). "A theory of individual creative action in multiple social domains." **Academy of Management Review**, 21, 4: 1112-1142.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics." **Journal of Marketing Research**, 18, 3: 382-388.
- Gardner, H. E., and Laskin, E. (2011). **Leading Minds: An Anatomy of Leadership**. New York: Basic Books.
- Gerber, E., Martin, C. K., Kramer, E., Braunstein, J., and Carberry, A. R. (2012). *Developing an Innovation Self-efficacy Survey*. Paper presented at the Frontiers in Education Conference Proceedings, Seattle, Wa, USA. .
- Ghimire, S. et al. (2021). "Transformational Leadership and Employee Creativity in an Information Technology (IT) Enterprises: Moderating Role of Openness to Experience." **Journal of Entrepreneurship & Organization Management**, 10, 2: 1-7.
- Gichohi, M. P. (2014). "The Role of Employee Engagement in Revitalizing Creativity and Innovation at the Workplace: A Survey of Selected Libraries in Meru County - Kenya." **Library Philosophy and Practice (e-journal)**, 1171: 1-34.
- Girotra, K., Terwiesch, C., and Ulrich, K. T. (2010). "Idea Generation and the Quality of the Best Idea." **Management Science Letters**, 56, 4: 591-605.
- Glăveanu, V. P. (2017). "Creativity in perspective: A sociocultural and critical account." **Journal of Constructivist Psychology**, 31, 2: 118-129.
- Glinska-Newes, A., Sudolska, A., Karwacki, A., and Górká, J. (2017). "INNOVATIONS AMONG PEOPLE. HOW POSITIVE RELATIONSHIPS AT WORK CAN TRIGGER INNOVATION CREATION." **Business Administration and Management**, XX, 3: 84-100.

- Glisson, C., and James, L. R. (2002). "The cross-level effects of culture and climate in human service teams." **Journal of Organizational Behavior**, 23: 767-794.
- Gnanamalar, C. S. (2017). "THE INFLUENCE OF HEADMASTERS LATERAL THINKING SKILLS ON EFFECTIVE MANAGEMENT." **PARIPEX - INDIAN JOURNAL OF RESEARCH**, 6, 12: 348-349.
- Gong, Y., Cheung, S.-Y., Wang, M., and Huang, J.-C. (2012). "Unfolding the proactive process for creativity: Integration of the employee proactivity, information exchange, and psychological safety perspectives." **Journal of Management**, 38, 5: 1611-1633.
- Gong, Y., Cheung, S. Y., Wang, M., and Huang, J. C. (2012). "Unfolding the proactive process for creativity: Integration of the employee proactively, information exchange, and psychological safety perspectives." **Journal of Management**, 38, 5: 1611-1633.
- Gong, Y., Huang, J., and Farh, J. (2009). "Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy." **Academy of Management Journal**, 52, 4: 765-778.
- Gonzalez, R. V., and Martins, M. F. (2017). "Knowledge Management Process: a theoretical-conceptual research." **Semantic Scholar**: 1-12.
- Gopinath, G. (2020). **The Great Lockdown: Worst Economic Downturn since the Great Depression**. The Daily Tribute.
- Gottwald, D., Lejsková, P., Švadlenka, L., and Rychnovská, V. (2015). "Evaluation and management of intellectual capital at pardubice airport: case study." **Procedia Economics and Finance**, 34: 121-128.
- Government of Western Australia. (2017). **Improvement tools: Continuous improvement and innovation**. available from <https://www.agric.wa.gov.au/improvement-tools-continuous-improvement-and-innovation>
- Guide, M. S. (2021). **A Basic Understanding of Participative Management**. available from <https://managementstudyguide.com/participative-management.htm>
- Gumusluoglu, L., and Ilsev, A. (2009). "Transformational leadership, creativity, and organizational innovation." **Journal of Business Research**, 62, 4: 461-473.

- Gupta, R., and Banerjee, P. (2016). "ANTECEDENTS OF ORGANISATIONAL CREATIVITY: A MULTI-LEVEL APPROACH." **Business: Theory and Practice**, 17, 2: 167–177.
- Haas, M. R. (2006). "Knowledge gathering, team capabilities, and project performance in challenging work environments." **Management Science**, 52, 8: 1170-1184.
- Hair, J., Ringle, C., and Sarstedt, M. (2011). "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet." **Journal of Marketing Theory and Practice**, 19: 139-151.
- Hair, J., Sarstedt, M., Ringle, C., and Mena, J. (2012). "An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research." **Journal of the Academy of Marketing Science**, 40: 414–433.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., and Thiele, K. O. (2017). "Mirror, mirror on the wall: A comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods." **Journal of the Academy of Marketing Science**, 45, 5: 616–632.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2013). "Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance." **Long Range Planning**, 46: 1-12.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., and Ringle, C. M. (2019). "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." **European Business Review**, 31: 2-24.
- Hair Jr., J.F., et al. (2014). "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research." **European Business Review**, 26: 106-121.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis**. 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hajzler, T. (2011). **Krok č.1: Design svobodnéfirmy**. available from <http://blog.Peoplecomm.cz/clanek/krok-c-1-design-svobodne-firmy>
- Hammond, M., Neff, N., Farr, J., Schwall, A., and Zhao, X. (2011). "Predictors of Individual-Level Innovation at Work: A Meta-Analysis." **Psychology of Aesthetics. Creativity and the Arts**, 5: 90-105.
- Han, C. H., Park, S. T., and Lee, S. J. (2019). "The Enhanced Security Control Model for Critical Infrastructures with the Blocking Prioritization Process to Cyber Threats in

- Power System." **International Journal of Critical Infrastructure Protection**, 26: 100312.
- Harborn, P., and John, A. (2013). "Creating a project climate for successful product innovation." **European Journal of Innovation Management**, 6, 2: 118-132.
- Harris, T. B., Li, N., Boswell, W. R., Zhang, X.-A., and Xie, Z. (2014). "Getting what's new from newcomers: empowering leadership, creativity and adjustment in the socialization context." **Personnel Psychology**, 67, 3: 567-604.
- Harvey, S. (2014). "Creative synthesis: Exploring the process of extraordinary group creativity." **Academy of Management Review**, 39: 324-343.
- Hassan, M. U., Malik, A. A., and Hasnain, A. (2013). "Measuring Employee Creativity and its Impact on Organization Innovation Capability and Performance in the Banking Sector of Pakistan." **World Appl. Sci. J.**, 24, 7: 949-959.
- Heinonen, J., Hytti, U., and Stenholm, P. (2011). "The role of creativity in opportunity search and business idea creation." **Education and Training**, 53: 659-672.
- Henker, N. (2013). **Antecedents of Employee Creativity. Dissertation.** Dr. rer. nat. Konstanzer Online-Publications-System (KOPS).
- Hennessey, B. A., and Amabile, T. M. (2010). "Creativity." **Annual Review of Psychology**, 61: 569-598.
- Hitka, M., Balazova, Z., Grazulis, V., and Lejskova, P. (2018). "Differences in employee motivation in selected countries of CEE (Slovakia, Lithuania and the Czech Republic)." **ECONOMICS OF ENGINEERING DECISIONS**, 29, 5: 536-547.
- Hitka, M., Štarchoò, P., Caha, Z., Lorincová, S., and Sedliaèiková, M. (2021). "The global health pandemic and its impact on the motivation of employees in micro and small enterprises: a case study in the Slovak Republic." **Economic Research-Ekonomska Istraživanja**, 5, 1: 458-479.
- Holmes, T. L., and Srivastava, R. (2002). "Effects of job perceptions on job behaviors: Implications for sales performance." **Industrial Marketing Management**, 31: 421-428.
- Hong, J., Hou, B., Zhu, K., and Marinova, D. (2018). "Exploratory innovation, exploitative innovation and employee creativity: The moderation of collectivism in Chinese context." **Chinese Management Studies**, 12, 2: 268-286.

- Hora, S., Lemoine, G. J., Xu, N., and Shalley, C. E. (2021). "Unlocking and closing the gender gap in creative performance: A multilevel model." **J. Organ. Behav.**, 42: 1–53.
- Howkins, J. (2013). **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas.** Penguin UK.
- Hsiao, H.-C., Chang, J.-C., Tu, Y.-L., and Chen, S.-C. (2011). "The Impact of Self-efficacy on Innovative Work Behavior for Teacher." **International Journal of Social Science and Humanity**, 1, 1: 30-36.
- Hsu, M. L. A., Hou, S. T., and Fan, H. L. (2011). "Creative self-efficacy and innovative behavior in a service setting: Optimism as a moderator." **Journal of Creative Behavior**, 45: 258-272. doi:http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.1060.053
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., and Bin, P. (2018). "Creativity, Proactive Personality, and Entrepreneurial Intention: The Role of Entrepreneurial Alertness." **Front. Psychol.**, 9, 951: 1-10.
- Huang, L., and Luthans, F. (2015). "Toward better understanding of the learning goal orientation–creativity relationship: The role of positive psychological capital." **Applied Psychology: An International Review**, 64, 2: 444–472.
- Huo, K. (2015). "The Effects of Performance Incentives and Creativity Training on Creative Problem-Solving Performance." **AAA 2016 Management Accounting Section (MAS) Meeting Paper**: 1-62.
- Ibrahim, H. I., Aerni, I., and Shahbudin, A. S. M. (2016). "Organizational Support and Creativity: The Role of Developmental Experiences as a Moderator." **Procedia Economics and Finance**, 35: 509-514.
- Ibrahim, H. I., Mohamad, W. M. W., and Shah, K. A. M. (2018). "Organizational Innovative Climate as a Predictor of Innovative Behaviour among Engineers in the Electrical and Electronic." **Manufacturing Industry. Review of Integrative Business and Economics Research**, 7, 2: 1-14.
- Ibrahim, L., and Bahyaye, H. A. (2019). "Participative Management and Employee Perspective: Its Impact on Decision Making and Productivity in Nigeria." **Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management**, 19, 7: 14-22.

- Ideas To Go. (2020). **The Elements of Creativity in Idea Generation**. available from <http://deastogo.com/articles-on-innovation/the-elements-of-creativity-in-idea-generation>
- Ilyana, S., and Sholihin, M. (2021). "THE EFFECT OF INCENTIVES AND LEADERSHIP STYLES ON CREATIVE PERFORMANCE." **Journal of Indonesian Economy and Business**, 36, 1: 14 – 30.
- Imran, M. K., Ilyas, M., Aslam, U., and Fatima, T. (2018). "Knowledge processes and firm performance: The mediating effect of employee creativity." **Journal of Organizational Change Management**, 31, 3: 512–531.
- "in challenging work environments." **Management Science**, 52, 8: 1170-1184.
- Inanc, H., Zhou, Y., Gallie, D., Felstead, A., and Green, F. (2015). "Direct participation and employee learning at work." **Work and Occupations**, 42, 4: 447- 475.
- ISO 56000. (2020). **Innovation management-Fundamentals and vocabulary**. available from <https://www.iso.org/obp/>
- J., D., I., K., and Z., Z. (2014). "From Knowledge Management Theories to Practice in Public Organisations: Towards a Transdisciplinary Approach (Theoretical Background)." **European Scientific Journal**, 10, 31: 118-132.
- Janssen, O. (2000). "Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness, and Innovative Work Behavior." **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, 73: 287–302.
- Javed, B. et al. (2018). "Ethical leadership, trust in leader and creativity: The mediated mechanism and an interacting effect." **Journal of Management & Organization**, 24, 3: 388–405.
- Jeroen, P., and Deanne, N. (2014). "How leaders influence employees innovative behaviour." **European journal innovation management**, 10, 1.
- Jiang, W., and Gu, Q. (2015). "A moderated mediation examination of proactive personality on employee creativity: A person-environment fit perspective." **Journal of Organizational Change Management**, 28, 3: 393-410.
- Jodi, N. S., Sudjadib, A., and Angraeni, A. I. (2019). "The Role of Creativity in forming Innovative Behaviours of Creative Industrial Workers." **International Journal of Innovation, Creativity and Change**, 9, 11: 166-178.

- Jovčić, S., Pruša, P., Dobrodolac, M., and Švadlenka, L. (2019). "A proposal for a decision-making tool in third-party logistics (3PL) provider selection based on multi-criteria analysis and the fuzzy approach." **Sustainability**, 11, 5: 1-23.
- Juneja, P. (2017). **Importance of Interpersonal Relationship at Workplace**. available from <https://www.managementstudyguide.com/interpersonal-relationship-workplaceimportance.htm>
- Jyoti, J., and Dev, M. (2015). "The impact of transformational leadership on employee creativity: the role of learning orientation." **JOURNAL OF ASIA BUSINESS STUDIES**, 9, 1: 78-98.
- Kabukcu, E. (2015). "Creativity process in innovation oriented entrepreneurship: The case of Vakko." **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 195: 1321 – 1329.
- Kamran, S. N., and Ganjina, H. (2017). "Innovative behavior and factors affecting it: the importance of innovative behavior and its dimensions." **Science Arena Publications International journal of Business Management**, 2, 1: 31-34.
- Kapoor, P. (2022). **How to Boost Employee Creativity with Technology and Why You Should**. available from <https://thriveglobal.com/stories/boosting-employee-creativity-with-technology/>
- Karwowski, M. (2011). "It doesn't hurt to ask...But sometimes it hurts to believe: Polish students' creative self-efficacy and its predictors." **Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts**, 5: 154-164.
- Karwowski, M. (2012). "Did curiosity kill the cat? Relationship between trait curiosity, creative self-efficacy and creative personal identity." **Europe's Journal of Psychology**, 8: 547-558.
- Karwowski, M., and Barbot, B. (2016). Creative self-beliefs: Their nature, development, and correlates. In J. C. Kaufman and J. Baer (Eds.), **Creativity and reason in cognitive development** (pp. 302-326): Cambridge University Press.
- Kaufman, J., and Beghetto, R. (2009). "Beyond big and little: The four C model of creativity." **Review of General Psychology**, 13: 1-12.
- Kemer, A. S., and Altuntas, S. (2017). "Adaptation of The Individual Innovativeness Scale in Nursing Profession: Turkish Validity - Reliability Study." **HEMŞİRELİKTE EĞİTİM VE ARAŞTIRMA DERGİSİ**, 14, 1: 52-61.

- Khalil, M., Heba, E., and Othman, A. (2017). "Talent management: a novel approach for developing innovative solutions towards heritage communities development." **Int. J. Arch. Res**, 11: 132–145.
- Khattak, S. R. (2017). "Relationship of Leadership Styles and Employee Creativity: A Mediating Role of Creative Self-efficacy and Moderating Role of Organizational Climate." **Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences**, 11, 2: 698-719.
- Kim, S. L. (2019). "The interaction effects of proactive personality and empowering leadership and close monitoring behaviour on creativity." **Creativity and Innovation Management**, 28: 230-239.
- KIM, T. (2020). "The Effect of Creative Potential on Innovation Behavior: focusing on Design Thinking." **Journal of Distribution Science**, 18, 8: 65-74.
- Kim, T. Y., Hon, A. H. Y., and Crant, J. M. (2009). "Proactive personality, employee creativity, and newcomer outcomes: A longitudinal study." **Journal of Business and Psychology**, 24: 93-103.
- Kim, T. Y., Hon, A. H. Y., and Lee, D. R. (2010). "Proactive personality and employee creativity: The effects of job creativity requirement and supervisor support for creativity." **Creativity Research Journal**, 22, 1: 37-45.
- Kitsahawong, B., Singchungcha, i. P., and Sritoomma, N. (2020). "The Development of an Innovative Work Behavior Scale for First-line Nurse Managers in Private Hospitals." **Rama Nurs J**, 26, 2: 203-216.
- Kock, N., and Hadaya, P. (2018). "Minimum Sample Size Estimation in PLS-SEM: The Inverse Square Root and Gamma-Exponential Methods." **Information Systems Journal**, 28: 227-261.
- Koivula, M., Villi, M., and Sivunen, A. (2020). "Creativity and Innovation in Technology-Mediated Journalistic Work: Mapping out Enablers and Constraints." **Digital Journalism**: 1-18.
- Korbel, P. W. (2019). **How to Manage the Achievement Orientation within your Culture?** available from https://www.linkedin.com/pulse/how-manage-achievement-orientation-within-your-pam-watson-korbel?trk=portfolio_article-card_title

- Kris, B., and Shalini, K. (2021). "Rewards and creative performance: A meta-analytic test of theoretically derived hypotheses." **Psychol. Bull.**, 138: 809–830.
- Krueger, J. I. (2021). **Maslow on Creativity**. available from <https://www.psychologytoday.com/us/blog/one-among-many/201309/maslow-creativity>
- Lamb, R., Annetta, L., and Vallett, D. (2015). "The interface of creativity, fluency, lateral thinking, and technology while designing Serious Educational Games in a science classroom." **Electronic Journal of Research in Educational Psychology**, 13, 2: 219-242.
- Lamprinakos, L. (2015). "Participative organizational change and adaptation: insights from a qualitative case study of successful change." **Development and Learning in Organizations**, 29, 2: 10-13.
- Lazarova-Molnar, S. (2008). *The Importance of Involvement of New Thinking Techniques in the Classroom*. Paper presented at the Conference: ICEE 2008 United Arab Emirates University/College of IT, Al Ain, UAE.
- Lee, J. (2018). "The Effects of Knowledge Sharing on Individual Creativity in Higher Education Institutions: Socio-Technical View." **Administrative Sciences**, 8, 21: 1-16.
- Lee, L. Y., and Tan, E. (2012). "THE INFLUENCES OF ANTECEDENTS ON EMPLOYEE CREATIVITY AND EMPLOYEE PERFORMANCE: A META-ANALYTIC REVIEW." **INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS**, 4, 2: 984-996.
- Lemons, G. (2010). "Bar drinks, rugas, and gay pride parades: is creative behavior a function of creative self-efficacy?" **Creat. Res. J.**, 22: 151–161.
- Li, F. T., Chen, T., Chen, N. Y. F., Bai, Y., and Crant, J. M. (2019). "Proactive yet reflective? Materializing proactive personality into creativity through job reflective learning and activated positive affective states." **Personnel Psychology**: 1-31.
- Li, H., Li, F., and Chen, T. (2018). "A motivational–cognitive model of creativity and the role of autonomy." **Journal of Business Research, Elsevier**, 92, C: 179-188.
- LI, J. (2014). **Innovation management as prerequisite for continuous improvements of world class operation management A case study of BillerudKorsnäs.**

Master of Science Thesis KTH Industrial Engineering and Management Industrial Management Stockholm, Sweden.

- Lijster, T. (2018). **The Future of the New: Artistic Innovation in Times of Social Acceleration**. Arts in society: Valiz.
- Likert, R. (1961). **New Patterns of Management**. New York: McGraw-Hill.
- Lin, H. C., and Lee, Y. D. (2017). "A Study of The Influence of Organizational Learning on Employees' Innovative Behavior and Work Engagement by A Cross-Level Examination." **EURASIA J Math Sci Tech Ed**, 13, 7: 3463-3478.
- Liu, J., Zhao, X., Ma, S., Zhao, C., and Xue, F. (2019). "The multi-dimensional measurement scale for knowledge employees' perception of innovation ability in China." **Sci. Technol. Prog. Policy**, 36: 143–150.
- Liu, J., Zhao, X., and Zhao, C. (2020). "Stimulating and Educating Engineers to Innovate through Individual Continuous Learning." **Sustainability**, 12, 843: 1-15.
- Liu, S., and Zhao, D. (2013). "Teacher evaluation in China: latest trends and future directions." **Educational Assessment, Evaluation and Accountability**, 25, 3: 231-250.
- Liu, W., and Liu, Y. (2021). "The Impact of Incentives on Job Performance, Business Cycle, and Population Health in Emerging Economies." **Front Public Health**, 9, 778101: 1-14.
- Loewenberger, P. A. (2009). **Facilitating organizational creativity: Exploring the contribution of psychological, social and organizational factors**. Ph.D Thesis. Business School, University of Bedfordshire.
- Loo, R., and Loewen, P. (2004). "Confirmatory Factor Analyses of Scores from Full and Short Versions of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale." **Journal of Applied Social Psychology**, 34, 11: 2343–2352.
- Lorenz, E., Lundvall, B. Å., Kraemer-Mbula, E., and Rasmussen, P. (2016). "Work organisation, forms of employee learning and national systems of education and training." **European Journal of Education**, 51, 2: 154-175.
- Lubart, T., Zenasni, F., and Barbot, B. (2013). "Creative Potential and its Measurement." **International Journal for Talent Development and Creativity**, 1, 2: 41-50.

- Lubart, T. I., Mouchiroud, C., Tordjman, S., and Zenasni, F. (2015). **La Psychologie de la Créativité [Psychology of Creativity]**. 2nd ed. Paris: Armand Colin.
- Lut, D. M. (2020). "Constructive Organizational Culture – Ideal Work Environment for Generation Z. Conference: Tourism and Sustainable Development at." **Timisoara, Romania**: 1-10.
- M., O. H. (2017). "Rising to the occasion: New persons for new times." **Estudos de Psicologia (Campinas)**, 34, 4: 454-466.
- Maharani et al. (2020). "Factors Influencing Purchase Intention on Private Label Products." **Journal of Asian Finance Economics and Business**, 7, 11: 939-945.
- Marinova, S., Cao, X., and Park, H. S. (2018). "Constructive Organizational Values Climate and Organizational Citizenship Behaviors: A Configurational View." **Journal of Management**, 45: 1-27.
- Maslow, A. H. (1970). **Motivation and Personality**. 2nd ed. New York: Harper & Row.
- Matharu, H., and Dhanalakshmi. (2017). "The Role of Innovation and Creativity in Development of Entrepreneurship." **International Journal of Science and Research (IJSR)**, 6, 2: 437-441.
- Mathisen, G. E., Einarsen, S., Jørstad, K., and Brønnick, K. S. (2004). "Climate for work group creativity and innovation: Norwegian validation of the team climate inventory (TCI). Scandinavian." **Journal of Psychology**, 45, 5: 383–392.
- Maxwell, J. A. (2004). "Using Qualitative Methods for Causal Explanation." **Field Methods**, 16: 243-264.
- Maxwell, O., Moses, C., Olowookere, E., Omotoyinbo, C., and Ogueyungbo, O. (2019). "THE EFFECT OF CREATIVE CULTURE ON EMPLOYEE CREATIVE ENGAGEMENT IN AN ORGANIZATION." **Academy of Strategic Management Journal**, 18, 4: 1-8.
- Mehta, R., Dahl, D. W., and Zhu, R. J. (2017). "Social-recognition versus financial incentives? Exploring the effects of creativity contingent external rewards on creative performance." **Journal of Consumer Research**, 44, 3: 536-553.
- Melbado. (2023). **What Is Employee Creativity and Why Is It Important?** available from <https://melbado.com/what-is-employee-creativity-and-why-is-it-important/>

- Melton, H. L., and Hartline, M. D. (2012). "Employee collaboration, learning orientation, and new service development performance." **Journal of Service Research**, 16, 1: 67-81.
- Miao, S., Fayzullaev, A. K. U., and Dedahanov, A. T. (2020). "Management characteristics as determinants of employee creativity: The mediating role of employee job satisfaction." **Sustainability**, 12, 1948: 1-14.
- Middelkoop, C. (2016). **How does innovative work behaviour of employees affect their individual job performance?** : University of Twente.
- Milenkovic, M. S., Bojović, N. J., Švadlenka, L., and Melichar, V. (2015). "A stochastic model predictive control to heterogeneous rail freight car fleet sizing problem." **Trans. Res. Part E**, 82, 162–198. doi:10.1016/j.tre.2015. 07.009
- Minh-Duc, L., and Huu-Lam, N. (2020). "Transformational leadership, customer citizenship behavior, employee intrinsic motivation, and employee creativity." **Journal of Asian Business and Economic Studies**, 26, 2: 286-300.
- Miri, F., Shahabi, N., and Asadipour, E. (2019). "RELATIONSHIP BETWEEN LEARNING ORGANIZATION AND CREATIVITY IN TEACHING HOSPITALS." **International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies**, 10, 10: 1-6.
- Moghimi, S., and Subramaniam, I. D. (2013). "Employees' Creative Behavior: The Role of Organizational Climate in Malaysian SMEs." **International Journal of Business and Management**, 8, 5: 1-12.
- Mohamed, S. A., and Ali, M. (2016). "The Impacts of Supervisor Support on Employees' Engagement." **International Journal of Research & Review**, 3, 3: 14-20.
- Moultrie, J., and Young, A. (2009). "Exploratory Study of Organizational Creativity in Creative Organizations." **Organizational Creativity in creative organizations**, 18, 4: 299-314.
- Mubarak, F., and Noor, A. (2018). "Effect of authentic leadership on employee creativity in project-based organizations with the mediating roles of work engagement and psychological empowerment." **Cogent Business & Management**, 5, 1: 1-14.

- Mueller, J. S., Wakslak, C. J., and Krishnan, V. (2014). "Construing creativity: The how and why of recognizing creative ideas." **Journal of Experimental Social Psychology**, 51: 81-87.
- Mumford, D. M. (2012). **Handbook of Organizational Creativity**. United State of America: Elsevier.
- Mutonyi, B. R., Slåtten, T., and Lien, G. (2020). "Organizational climate and creative performance in the public sector." **European Business Review**, 32, 4: 615-631.
- Nakano, T. C., and Wechsler, S. M. (2012). Criatividade: definições, modelos e formas de avaliação. In C. S. Hutz (Ed.), **Avanços em avaliação psicológica de crianças e adolescentes II** (pp. 328-361). São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Nakano, T. d. C., and Wechsler, S. M. (2018). "Creativity and innovation: Skills for the 21st Century." **Estudos de Psicologia**, 35, 3: 237-246.
- National Audit Office (NAO). (2009). **Innovation across Central Government**. London: The stationery Office.
- Nawaz, M. S. et al. (2014). "Impact of Employee Training and Empowerment on Employee Creativity Through Employee Engagement: Empirical Evidence from the Manufacturing Sector of Pakistan." **Middle-East Journal of Scientific Research**, 19, 4: 593-601.
- Nayir, D. (2014). "How formalization hinders different firm innovativeness types: opening the black box with evidence from a service industry." **International Journal of Innovation and Technology Management**, 11, 5: 14500291-145002922.
- NESTA. (2012). **Plan 1: The Case for Innovation Led Growth**. NESTA: London.
- Ngari, J., and Agusioma, N. L. (2013). "Influence of Employee Relations on Organization Performance of private universities in Kenya." **International Journal of Innovative Research and Studies**, 2: 184-210.
- Nichols, A. J., and Stephens, A. (2013). "The Scientific Method and the Creative Process: Implications for the K-6 Classroom." **Journal for Learning through the Arts**, 9, 1: 1-12.
- Nisula, A. M. (2013). **Building organizational creativity – A multitheory and multilevel approach for understanding and stimulating organizational creativity**. Academic dissertation. Lappeenranta: Lappeenranta University of Technology.

- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Nwinyokpugi, P. N., and Omunakwe, P. O. (2019). "Interpersonal Relationship at Work; Enhancing Organizational Productivity of Deposit Money Banks in Port Harcourt." **Journal of Research in Business and Management**, 7, 1: 22-33.
- Odoardi, C., Battistelli, A., Montani, F., and Peiró, J. M. (2019). "Affective Commitment, Participative Leadership, and Employee Innovation: A Multilevel Investigation." **Journal of Work and Organizational Psychology**, 35: 103 - 113.
- OECD. (2016). **Innovating Education and Educating for Innovation. The Power of Digital Technologies and Skills**. Paris: OECD Publishing. Paris.
- OECD/Eurostat. (2018). **Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation**. 4th Ed. Paris: The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing.
- Ordun, G., and Akun, A. (2017). "Self Actualization, Self Efficacy and Emotional Intelligence of Undergraduate Students." **Journal of Advanced Management Science**, 5: 170-175.
- Orgambidez-Ramos, A., and Borrego-Alés, Y. (2017). "Social support and engagement as antecedents of job satisfaction in nursing staff." **Enfermeria Global**, 48, 1: 217-225.
- Organisations, P. "Towards a Transdisciplinary Approach (Theoretical Background)." **European Scientific Journal**, 10, 31: 118-132.
- Osborn, A. F. (1963). **Applied imagination: Principles and procedures of creative thinking**. 3rd ed. New York, NY: Charles Scribner's Sons.
- Ozutku, H. (2012). "The influence of intrinsic and extrinsic rewards on employee results: An empirical analysis in Turkish manufacturing industry." **Business and Economics Research Journal**, 3, 3: 29-48.
- Palm, D. (2019). **Ambidextrous Leadership and Creative Team Climate for Innovativeness in Swedish Healthcare**. UNIVERSITY OF GOTHENBURG DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY.
- Palmer, W. (2012). "Incentive and disincentive: Will they affect performance." **J. Bus. Manag**, 14: 32-52.

- Pangil, F., and Nasurddin, A. M. (2013). "Knowledge and the importance of knowledge sharing in organizations." **Business Management Research**, 1983: 349-357.
- Paulin, D., and Suneson, K. (2012). "Knowledge transfer, knowledge sharing and knowledge barriers—Three blurry terms in KM." **Electronic Journal of Knowledge Management**, 10, 1: 81–91.
- Peng, D. X., Schroeder, R. G., and Shah, R. (2008). "Linking routines to operations capabilities: A new perspective." **Journal of Operations Management**, 26, 6: 730-748.
- Perry-Smith, and Mannucci. (2017). "From Creativity to Innovation: The Social Network Drivers of the Four Phases of the Idea Journey." **The Academy of Management Review**, 42, 1: 53-79.
- Perry-Smith, J. E., and Shalley, C. E. (2003). "The social side of creativity: A static and dynamic social network perspective." **The Academy of Management Review**, 28, 1: 89–106.
- Peter, J. P., Gilbert, A., and Churchill, J. (1986). "Relationships Among Research Design Choices and Psychometric Properties of Rating Scales: A Meta-Analysis." **Journal of Marketing Research**, 23, 1: 1-10.
- Phan, P., Zhou, J., and Abrahamson, E. (2010). "Creativity, Innovation, and Entrepreneurship in China." **Management and Organization Review**, 6, 2: 175-194.
- Philipp, C. (2021). **Growing Constructive Cultures**. available from <https://www.Todaysoftmag.com/article/1500/growing-constructive-cultures>
- Pilar, L., Pokorna, J., and Balcarova, T. (2014). "Pro-Active behaviour in context of Team Climate." **Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis**, 62, 4: 685-695.
- Piriyakul, M. (2016). "Moderator and Mediator in Structural Equation Modeling." **The Journal of Industrial Technology**, 12, 2: 78–32.
- Prashant, M. J. (2017). **Achievement Orientation | Glossary**. available from <https://innoroo.com/blog/2018/07/10/achievement-orientation-glossary/>

- Pretz, J. E., and McCollum, V. A. (2014). "Self-perceptions of creativity do not always reflect actual creative performance." **Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts**, 8: 227.
- Proctor, T. (2014). **Creative problem solving for managers: Developing skills for decision making and innovation**. Routledge: Taylor & Francis Group.
- Purc, E., and Lagun, M. (2019). "Personal Values and Innovative Behavior of Employees." **Frontiers in Psychology**, 10: 1-16.
- Puyuelo Coarasa, M. J. (2019). **Predicting the Relationship Between Individual and Team Creativity: Individual Motivation on the Task and Team Climate**. Master's thesis, Harvard Extension School.
- Ramos, M., Figueiredo, P., and Pereira-Guizzo, C. (2018). "Antecedents of innovation in industry: The impact of work environment factors on creative performance." **Innovation & Management Review**, 15, 3: 269-285.
- Rego, A., Sousa, F., Marques, C., and Cunha, M. P. (2012). "Authentic leadership promoting employees' psychological Capital and creativity." **Journal of Business Research**, 65, 3: 429-437.
- Reinartz, W. J., Haenlein, M., and Henseler, J. (2009). **An Empirical Comparison of the Efficacy of Covariance-Based and Variance-Based SEM**. France: INSEAD, Fontainebleau.
- Rhoades, L., and Eisenberger, R. (2002). "Perceived Organizational Support: A Review of the Literature." **Journal of Applied Psychology**, 87, 4: 698-714.
- Rice, G. (2006). "Individual values, organizational context, and self-perceptions of employee creativity: Evidence from Egyptian organizations." **Journal of Business Research**, 59, 2: 233-241.
- Robbins, S. P., and Judge, T. A. (2013). **Organisational Behavior**. 15th ed. , Boston: Pearson.
- Rosing, K., Frese, M., and Bausch, A. (2011). "Explaining the heterogeneity of the leadership-innovation relationship: Ambidextrous leadership." **The Leadership Quarterly**, 22, 5: 956-974.

- Rosing, K., and Zacher, H. (2017). "Individual ambidexterity: the duality of exploration and exploitation and its relationship with innovative performance." **European Journal of Work and Organizational Psychology**, 26, 5: 694–709.
- Rovinelli, R., and Hambleton, R. K. (1976). **On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity**. Washington, D.C: ERIC.
- Sadler-Smith, E. (2015). "Wallas' Four-Stage Model of the Creative Process: More Than Meets the Eye?" **Creativity Research Journal**, 27, 4: 342–352.
- Safdar, S., and Liu, S. (2018). "Effect of Transformational Leadership on Employee Creativity through Organizational Commitment." **International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)**, 6, 1: 61-67.
- Sanjeet Ghimire, S., Haron, A. J., and Bhatti, H. S. (2021). "Transformational Leadership and Employee Creativity in an Information Technology (IT) Enterprises: Moderating Role of Openness to Experience." **Journal of Entrepreneurship & Organization Management**, 10, 2: 1-7.
- Santosa, T. E. C., Suharnomo, and Yuniawan, A. (2022). "An Examination of the Antecedents and Consequences of Employee Creativity in Indonesian Radio Industry." **The Journal of Behavioral Science**, 17, 1: 1–15.
- Schermerhorn, J. R. (2010). **Introduction to management**. 10th ed. United States of America: John Wiley & Sons (Asia).
- Schumpeter, J. A. (1934). **The Theory of Economic Development: An Enquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle**. London: Oxford University Press.
- Setia, P., and Patel, P. C. (2013). "How information systems help create OM capabilities: Consequents and antecedents of operational absorptive capacity." **Journal of Operations Management**, 31: 409-431.
- Shafi, M. et al. (2020). "The effects of transformational leadership on employee creativity: Moderating role of intrinsic motivation." **Asia Pacific Management Review**, 25, 3: 1-12.
- Shalley, C. E. (2004). "What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity." **Quarterly**, 15, 1: 33-53.

- Shaw, A., Kapnek, M., and Morelli, N. A. (2021). "Measuring Creative Self-Efficacy: An Item Response Theory Analysis of the Creative Self-Efficacy Scale." **Front. Psychol.** 12, 11-17.
- Shen, C., Yang, J., and Hu, S. (2020). "Combined Effect of Abusive Supervision and Abusive Supervision Climate on Employee Creativity: A Moderated Mediation Model." **Frontiers in Psychology**, 11: 1-10.
- Shi, J. (2012). "Influence of passion on innovative behavior: An empirical examination in Peoples Republic of China." **African Journal of Business Management**, 6, 30: 8889-8896.
- Shin, Y., Kim, M., Choi, J. N., and Lee, S. H. (2015). "Does team culture matter? Roles of team culture and collective regulatory focus in team task and creative performance." **Group Organ. Manag.** 41: 232-265.
- Sia, S. K., and Appu, A. V. (2015). "Work Autonomy and Workplace Creativity: Moderating Role of Task Complexity." **Global Business Review**, 16, 5: 772-784.
- Simonton, D. K. (1999). "Talent and its development: An emergenic and epigenetic model." **Psychological Review**, 106, 3: 435-457.
- Slåtten, T., Mutonyi, B. R., and Lien, G. (2020). "The impact of individual creativity, psychological capital, and leadership autonomy support on hospital employees' innovative behaviour." **BMC Health Services Research**, 20, 1096: 1-17.
- Slåtten, T. (2014). "Determinants and effects of employee's creative self-efficacy on innovative activities." **International Journal of Quality and Service Sciences**, 6, 4: 326-347.
- Slåtten, T., Lien, G., and Mutonyi, B. R. (2022). "Promoting organizational vision integration among hospital employees." **BMC Health Serv Res**, 22, 26: 1-15.
- Solaja, O. (2015). "Industrial Conflict and Its Management in Selected Nigerian Manufacturing Companies." **International Journal of Organizational Leadership**, 4, 2015: 430-439.
- Sonenshein, S. (2014). "How Organizations Foster the Creative Use of Resources." **Academy of Management Journal**, 57: 814-848.
- Souply-Pierard, F., and Jocelyne, R. (2017). "Participative Management As a Key Success Factor in Merger and Acquisition." **SSRN Electronic Journal**: 1-46.

- State, O., and Iorgulescu, M. C. (2014). "The impact of management and organizational culture on creativity in the hotel industry." **Amfiteatru Economic Journal**, 16, SI8: 1205-1221.
- Stehel, V., Bradley, C., Suler, P., and Bilan, S. (2021). "Cyber-Physical System-based Real-Time Monitoring, Industrial Big Data Analytics, and Smart Factory Performance in Sustainable Manufacturing Internet of Things." **Economics, Management, and Financial Markets**, 16, 1: 42–51.
- Sternberg, R. (2010). "The nature of creativity." **Creativity Research Journal**, 18, 1: 98.
- Subotnick, R. F., Olszewski-Kubilius, P., and Worrell, F. C. (2011). "Rethinking giftedness and gifted education: A proposed direction forward based on psychological science." **Psychological Science in the Public Interest**, 12, 1: 3-54.
- Sukumaran, S., aml, and Sivelingam, A. (2012). "The influence of emotional intelligence and creativity on work performance and commitment." **Journal of Advancement of Science and Arts**, 3, 2: 49-74.
- Summa, A. (2004). "Software tools to support innovation process–focus on idea management. Innovation mngm." institute, Helsinki Univeristy of Technology,
- Sunarsih, E. S. (2019). "Creativity and Transformational Leadership on Public Sector Employee Performance." **Research Article**, 25, 3: 1-15.
- T., Q. H. (2018). **A STUDY OF INTERPERSONAL RELATIONSHIPS AT THE WORKPLACE.** UNIVERSITY OF GHANA.
- Tai, H. T., and Mai, N. Q. (2016). "Proactive personality, organizational context, employee creativity and innovative capability: evidence from MNCs and domestic corporations." **Int. J. Organ. Anal**, 24: 370–389.
- Tastan, S. B. (2013). "The influences of participative organizational climate and self-leadership on innovative behavior and the roles of job involvement and proactive personality: a survey in the Context of SMEs in Izmir." **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 75: 407–419.
- Tavalae, R. (2013). "mechanisms to strengthen innovation and development in organization." **Journal of human resources in the petroleum industry**, 4, 35: 16-12.

- Taylor, S. P. (2017a). "Innovation, creativity and the application to a study of social housing in the UK." University of Cumbria, Carlisle, United Kingdom.
- Taylor, S. P. (2017b). "What Is Innovation? A Study of the Definitions, Academic Models and Applicability of Innovation to an Example of Social Housing in England." **Open Journal of Social Sciences**, 5: 128-146.
- Teresa, M., Amabile, S. G., Barsade, J. S., and Mueller, B. M. S. (2005). "Affect and Creativity at Work." **Administrative Science Quarterly**, 50, 3: 1-15.
- Tierney, P., and Farmer, S. M. (2011). "Creative self-efficacy development and creative performance over time." **Journal of Applied Psychology**, 96, 2: 277-293.
- Tri, H. T., Nga, V. T., and Sipko, J. (2019). "Predicting overall Staffs' Creativity and Innovative Work Behavior in Banking." **Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society**, 14, 2: 188-202.
- Vila-Vázquez, G., Castro-Casal, C., and Álvarez-Pérez, D. (2020). "From LMX to Individual Creativity: Interactive Effect of Engagement and Job Complexity." **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 17: 1-18.
- Vinzi, V. E., Trinchera, L., and Amato, S. (2010). PLS Path Modeling: From Foundations to Recent Developments and Open Issues for Model Assessment and Improvement. In E. Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler, and H. Wang (Eds.), **Handbook of Partial Least Squares**, Springer, Berlin Heidelberg (pp. 47-82).
- Wadaani, M. R. (2015). "Teaching for Creativity as Human Development toward Self-Actualization: The Essence of Authentic Learning and Optimal Growth for All Students." **Creative Education**, 6: 669-679.
- Wang, C. J., Tsai, H. T., and Tsai, M. T. (2014). "Linking transformational leadership and employee creativity in the hospitality industry: The influences of creative role identity, creative self-efficacy, and job complexity." **Tourism Management**, 40: 79-89.
- Wang, H. X., and Su, H. (2018). "Influence of work support on employee creativity: An empirical examination in the Peoples Republic of China Duanxu." **African Journal of Estate and Property Management**, 5, 7: 001-008.
- Wang, K. (2016). "The Effect of Autonomy on Team Creativity and the Moderating Variables." **Journal of Creativity and Business Innovation**, 2: 160-171.

- Wang, L. (2007). "Goal-orientation, creative personality and their relationship among middle school students." **Journal of Capital Normal University (Social Sciences Edition)**, 3: 136–142.
- Wang, M., and Li, Z. (2011). "Primary development and validation of career resilience questionnaire in China." **Chin. J. Clin. Psychol**, 6: 730–733.
- Wechsler, S. M., Oliveira, K., and Suarez, J. T. (2015). Criatividade e saúde mental: desenvolvendo as forças positivas de caráter. In M. F. Morais, L. C. Miranda, and S. M. Wechsler (Eds.), **Criatividade: aplicações práticas em contextos internacionais**. São Paulo: Vetor.
- Weiss, M. J. et al. (2017). "How Much Do the Effects of Education and Training Programs Vary Across Sites? Evidence From Past Multisite Randomized Trials." **Journal of Research on Educational Effectiveness**, 10, 4: 843-876.
- Wenjing Cai, W., Khapova, S., Bossink, B., Lysova, E., and Jing Yuan, J. (2020). "Optimizing Employee Creativity in the Digital Era: Uncovering the Interactional Effects of Abilities, Motivations, and Opportunities." **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 17, 1038: 1-19.
- Wong, K. K. (2013). "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS." **Marketing Bulletin**, 24: 1-32.
- Xi Li, A. Z., and Yuchen, G. (2021). "Are proactive employees more creative? The roles of multisource information exchange and social exchange-based employee-organization relationships." **Personality and Individual Differences**, 170: 1-6.
- Xinfa Yi, et al. (2008). "Creative Organizational Climate of Schools, General Self-Efficacy, Creativity Self-Efficacy, and Cultural Efficacy of Teachers." **Educational Research Journal**, 23, 2: 227-251.
- Yang, Y., Lee, P. K. C., and Cheng, T. C. E. (2016). "Continuous improvement competence, employee creativity, and new service development performance: A frontline employee perspective." **International Journal of Production Economics**, 171, 2: 275-288.
- Yoopetch, C. (2017). "The Effect of Creativity and Learning on Satisfaction of Airline Employees." **HUMAN BEHAVIOR, DEVELOPMENT and SOCIETY**, 15, 1: 45-54.

- Yuan, F., and Woodman, R. W. (2010). "Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations." **Academy of Management Journal**, 53, 2: 323–342.
- Zhang, X., and BARTOL, K. M. (2010). "LINKING EMPOWERING LEADERSHIP AND EMPLOYEE CREATIVITY: THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT, INTRINSIC MOTIVATION, AND CREATIVE PROCESS ENGAGEMENT." **Academy of Management Journal**, 53, 1: 107–128.
- Zheng, L., Wang, Y., Guo, Z., and Zhu, Y. (2022). "Effects of managerial coaching on employees' creative performance: cross-level moderating role of a climate for innovation." **Leadership & Organization Development Journal**, 43, 2: 211-224.
- Zhou, J. (2003). "When the Presence of Creative Coworkers Is Related to Creativity: Role of Supervisor Close Monitoring, Developmental Feedback, and Creative Personality." **Journal of Applied Psychology**, 88: 413-422.
- Zhou, J., Wang, X. M., Song, L. J., and Wu, J. (2017). "Is it new? Personal and contextual influences on perceptions of novelty and creativity." **Journal of Applied Psychology**, 102: 180-202.
- Zhou, Q., Hirst, G., and Shipton, H. (2012). "Promoting Creativity at Work: The Role of Problem-Solving Demand." **Applied Psychology: An International Review**, 61, 1: 56-80.
- Zhu, Y. Q., and Chiu, H. "Infante Holguin-Veras, E.J. (2018). It is more blessed to give than to receive: examining the impact of knowledge sharing on sharers and recipients." **J. Knowl. Manag**, 22, 1: 76-91.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

หนังสือรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ภายใน 216004

ที่ อว 8603.16/3561

วันที่ 7 กรกฎาคม 2565

เรื่อง ผลการพิจารณาการขอรับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

เรียน นางสาวพิชญพร พิรพันธุ์ (นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ)

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัย เรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (เลขที่โครงการ REC 65.0627-097-5540) ไปยังสำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ เพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร แล้วนั้น

บัดนี้ สำนักงานบริหารการวิจัยฯ ขอแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเข้าข่ายโครงการวิจัยที่ได้รับการยกเว้นการพิจารณา (Exemption review) จึงออกหนังสือรับรองให้กับโครงการวิจัยดังกล่าวตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ หากผู้วิจัยมีข้อสงสัยสามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ นางสาวพัชรณัฐ เสาร์หงษ์ โทร (เบอร์สำนักงาน) 098-5479738 ภายใน 216004

(ศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์)
ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



มหาวิทยาลัยศิลปากร

หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

รหัสโครงการ: REC 65.0627-097-5540

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย): ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ชื่อโครงการ (ภาษาอังกฤษ): Innovative Creativity Potential of Academic Staff of Rajabhat University
for Innovation Performance

ผู้วิจัยหลัก: นางสาวพิชญพร พิรพันธุ์

สังกัด: คณะวิทยาการจัดการ

เอกสารที่รับรอง:

1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชัน 01 ฉบับลงวันที่ 27 มิถุนายน 2565
2. แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ฉบับภาษาไทย)
เวอร์ชัน 01 ฉบับลงวันที่ 27 มิถุนายน 2565

ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยยึดหลักเกณฑ์ตาม
คำประกาศ เฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) และมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับ
และข้อกำหนดภายในประเทศ



(ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์)
ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

หมายเลขใบรับรอง COE 65.0704-108

วันที่รับรอง: 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2565

สำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์

6 ถนนราชมรรคาใน ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000

โทร 0-3425-5808 โทรสาร (Fax) : 0-3425-5808

email : su.ethicshuman@gmail.com



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณประกอบการวิจัย เรื่องศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม
2. แบบสอบถามการวิจัยฉบับนี้มีทั้งหมด 5 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - ตอนที่ 5 แบบสอบถามปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
3. ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมต่อไป ผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่อไปได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ข้อมูลที่ท่านให้ไว้ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่แต่ประการใด และจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อผู้วิจัย E-mail: pichayapich88@gmail.com

นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์
 นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 30 ปี 30 - 40 ปี
 41 - 50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

ปริญญาโท ปริญญาเอก อื่น ๆ (ระบุ).....

4. ตำแหน่งทางวิชาการ

อาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
 รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์

5. ประเภทตำแหน่ง

พนักงานมหาวิทยาลัย/ลูกจ้างชั่วคราว ข้าราชการ
 อื่น ๆ (ระบุ).....

6. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ

น้อยกว่า 5 ปี 5 - 10 ปี
 11 - 15 ปี มากกว่า 15 ปี

7. มหาวิทยาลัยราชภัฏที่สังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์



ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม						
1.1 ทักษะการคิดนอกกรอบ						
1	ท่านใช้วิธีการที่หลากหลายในการสร้างสรรค์ผลงานหรือแก้ไขปัญหา					
2	ท่านสร้างมุมมองใหม่ ๆ ค้นหาวิธีการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาในรูปแบบใหม่ ๆ ที่อาจแตกต่างจากวิธีการเดิม					
3	ท่านมีวิธีการคิดอย่างอิสระ และไม่ยึดติดกับกรอบแนวทางเดิม ๆ					
1.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง						
1	ท่านแสวงหาความรู้ และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน					
2	ท่านประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในกระบวนการทำงาน					
3	ท่านบูรณาการความรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาและความรู้ใหม่ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ					
1.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์						
1	ท่านแบ่งปันมุมมอง และประสบการณ์ของท่าน ระหว่างสมาชิกในองค์กร ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน					
2	ท่านแบ่งปันความเชี่ยวชาญ และทักษะต่าง ๆ ผ่านการทำงานร่วมกันกับบุคคลอื่นหลากหลายสายงาน เพื่อความรู้ที่หลากหลาย					
3	ท่านมีการจัดเก็บและแบ่งปันความรู้อย่างเป็นระบบผ่านคู่มือ วิธีการ รายงาน หรือเอกสาร ร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในภายนอกองค์กร					
1.4 การบูรณาการทางเทคโนโลยี						
1	ท่านเปิดรับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน					

2	ท่านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานอยู่เสมอ					
3	ท่านใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเผยแพร่หรือแบ่งปันข้อมูล สารสนเทศและความรู้ในการปฏิบัติงานให้กับสมาชิกในองค์กร					
1.5 การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์						
1	ท่านมีการระดมสมองกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ					
2	ท่านมีการฝึกฝนการใช้ความคิด ฝึกปฏิบัติ และลงมือทำ เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้พัฒนาสูงขึ้น					
3	ท่านพัฒนากระบวนการทางความคิด วิธีการคิด วิธีการเรียนรู้ เพื่อสร้างแนวทางใหม่หรือทางเลือก เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
<p>ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม</p> <p>คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้</p> <p>5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด</p>						
ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม						
2.1 การสร้างความคิดใหม่						
1	ท่านสร้างและรวบรวมความคิด เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ และนำไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน					
2	ท่านมีการค้นหาข้อมูลจากหลากหลายแหล่ง และจัดระเบียบข้อมูลใหม่ เพื่อให้เกิดความคิดที่หลากหลาย					
3	ท่านเสนอแนะแนวทางและความคิดใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างหรือคิดเสริมต่อจากแนวคิดของผู้อื่น					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.2 การนำความคิดไปประยุกต์ใช้						
1	ท่านแสวงหาวิธีในการสร้าง ส่งเสริม และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน					
2	ท่านนำความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม					
3	ท่านมุ่งพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานจริง และพยายามเผยแพร่ไปยังส่วนต่าง ๆ ขององค์การ					
2.3 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง						
1	ท่านพัฒนาวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อผลลัพธ์ของงานที่ดีขึ้น					
2	ท่านมุ่งมั่นปรับปรุงกระบวนการ วิธีการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ					
3	ท่านพัฒนาและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงแนวคิดด้านการงานอยู่เสมอ					
3. ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม						
1	ผลงานของท่านเป็นผลงานที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อตนเอง หรือเพื่อนร่วมงาน หรือองค์การ					
2	ท่านมีการปรับปรุงคุณภาพผลงานหรือต่อยอดองค์ความรู้เดิมให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น					
3	ผลงานของท่านสามารถใช้ในการแก้ปัญหาหรือปรับปรุงประสิทธิภาพงานได้จริง					
4	ผลงานของท่านเป็นสิ่งใหม่ ที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการหรือผลลัพธ์ในการปฏิบัติงาน					
5	ผลงานของท่านสามารถนำไปเป็นต้นแบบหรือเป็นแนวทางให้ผู้อื่นนำไปปรับใช้ในการทำงานและสร้างสรรค์ผลงานได้					
6	ท่านมีผลงานเชิงนวัตกรรมที่มีการเผยแพร่หรือถูกนำไปใช้จริง					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. บรรยากาศขององค์กร						
4.1 สิ่งจูงใจขององค์กร						
1	องค์กรของท่านสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การอบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน					
2	องค์กรของท่านให้อิสระในการเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน					
3	องค์กรของท่านมีระบบการให้ผลตอบแทน หรือ รางวัล หรือการยกย่องชื่นชม เมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี					
4.2 งานที่มีความท้าทาย						
1	ท่านรับรู้ถึงความสำคัญของงานที่ได้รับผิดชอบ ว่ามีส่วนช่วยให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายระยะยาว					
2	ท่านได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ต้องใช้ทักษะความสามารถที่หลากหลาย					
3	ท่านได้รับมอบหมายงานที่มีความน่า สนใจและท้าทายในการใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพ					
4.3 ความพร้อมของทรัพยากร						
1	องค์กรมีการสำรวจและจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานที่นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย					
2	องค์กรมีทรัพยากรในการทำงานเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้					
3	ทรัพยากรขององค์กรมีคุณภาพ เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.4 อีสาระในงาน						
1	ท่านสามารถตัดสินใจเลือกวิธีการทำงานด้วยตนเอง					
2	ท่านมีเสรีภาพในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบกับบุคคลต่างๆ ทั้ง ภายในและภายนอกองค์กร					
3	ท่านได้รับมอบอำนาจ ความรับผิดชอบ การตัดสินใจ แก้ปัญหาในการทำงานได้ด้วยตนเอง					
4.5 การส่งเสริมของหัวหน้างาน						
1	หัวหน้างานของท่านรับฟังความคิดเห็น และให้ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ					
2	เมื่อเกิดปัญหา หัวหน้างานของท่านให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ					
3	หัวหน้างานของท่าน อนุญาตให้มีการทำงานที่ยืดหยุ่น และคำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร					
4.6 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน						
1	ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการทำงานและเป้าหมายของทีม					
2	ทีมงานของท่านเปิดโอกาสให้ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และเสนอแนวคิดใหม่ ๆ มีอิสระในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกัน					
3	ทีมงานของท่านมุ่งเน้นการขจัดปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการร่วมสร้างความร่วมมือในการแก้ปัญหามากกว่า การมุ่งเอาชนะ					
5. วัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์						
5.1 การมุ่งเน้นความสำเร็จ						
1	องค์การของท่านมุ่งเน้นให้สมาชิกตั้งเป้าหมายและปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย					
2	องค์การของท่านส่งเสริมให้บุคลากรมีการวางแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุความสำเร็จของงานตามเป้าหมายที่กำหนด					
3	องค์การของท่านส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิด กล้าทำสิ่งใหม่ๆ หรือสามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น					

5.2 การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล						
1	องค์การของท่านต้องการให้สมาชิกตระหนักถึงการทำงานที่มุ่งเน้นคุณภาพ					
2	องค์การของท่านส่งเสริมให้บุคลากรมีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนางาน					
3	องค์การของท่านสนับสนุนให้สมาชิกพัฒนาตนเอง และพัฒนางานเพื่อประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น					
5.3 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม						
1	องค์การของท่านให้ความสำคัญกับสมาชิกในองค์การ โดยถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่า					
2	องค์การของท่านเปิดโอกาสและกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็นในการทำงาน					
3	องค์การของท่านสร้างความรู้สึกร่วมกันของสมาชิกในองค์การให้ทำงานด้วยความกระตือรือร้นและเกิดความคิดสร้างสรรค์					
5.4 การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก						
1	องค์การของท่านให้ความสำคัญต่อสัมพันธ์ภาพของเพื่อนร่วมงานในลักษณะเหมือนครอบครัวเดียวกัน					
2	สมาชิกในองค์การของท่านมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน					
3	องค์การของท่านเปิดโอกาสให้มีการแบ่งปันความคิด และสามารถเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ					
6. บุคลิกภาพเชิงรุก						
1	ท่านเป็นผู้ที่มีความริเริ่มในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ					
2	ท่านมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสที่จะนำไปสู่การพัฒนา					
3	ท่านมีความพยายามในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี					
4	ท่านสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. การรับรู้ความสามารถของตนเอง						
1	ท่านเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้					
2	ท่านสามารถค้นหาแนวทาง เพื่อแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
3	ท่านมั่นใจว่าท่านสามารถจัดการกับปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้					
4	ท่านเชื่อว่าท่านสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากได้					

ตอนที่ 5 แบบสอบถามปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

1. ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

.....

.....

.....

****ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม****





แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

เรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างชุดนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบการวิจัยเรื่องศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม
2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก
 - ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - ตอนที่ 3 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - ตอนที่ 4 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
 - ตอนที่ 5 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
3. การเข้าร่วมการสัมภาษณ์นี้เป็นไปด้วยความสมัครใจ หากมีประเด็นคำถามใดที่ทำให้ท่านผู้ให้ข้อมูลรู้สึกไม่สบายใจ ท่านสามารถข้ามประเด็นคำถามนั้นได้โดยเสรี และการบันทึกข้อมูลจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล
4. ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมต่อไป ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาท่านโปรดตอบคำถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่อไปได้อย่างสมบูรณ์

นางสาวพิชญพร ธีรพันธุ์

นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

1. ชื่อ-นามสกุล.....
 หลักสูตร..... คณะ..... มหาวิทยาลัย.....
2. ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. ตำแหน่งปัจจุบัน.....
4. ประสบการณ์การทำงาน.....
5. ผลงานวิชาการ.....

หมายเหตุ การบันทึกข้อมูลนี้จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

1. ท่านคิดว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมอย่างไร
2. ท่านมีแนวทาง/วิธีการในการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมอย่างไร
3. ท่านคิดว่าทักษะการคิดนอกกรอบช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างไร
4. ท่านคิดว่าการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างไร
5. ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยสร้างสรรค์ช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างไร
6. ท่านคิดว่าการบูรณาการทางเทคโนโลยีช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างไร
7. ท่านคิดว่าการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ ช่วยพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้อย่างไร

ตอนที่ 3 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

1. ท่านคิดว่าผลลัพธ์ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของท่าน มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมอย่างไร
2. ท่านคิดว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ทำให้เกิดพฤติกรรมการสร้างความคิดใหม่ การนำความคิดไปประยุกต์ใช้ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อย่างไร
3. ท่านคิดว่าพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมอย่างไร
4. ท่านคิดว่าศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมอย่างไร

ตอนที่ 4 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

1. ท่านคิดว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม มีอะไรบ้าง อย่างไร
ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
2. บรรยากาศองค์การของท่านเป็นอย่างไร และท่านคิดว่าบรรยากาศองค์การมีผลต่อศักยภาพ
ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม หรือไม่ อย่างไร
3. ท่านคิดว่าบรรยากาศองค์การ อันได้แก่ สิ่งจูงใจขององค์การ งานที่มีความท้าทาย ความพร้อมของ
ทรัพยากร อิสระในงาน การส่งเสริมของหัวหน้างาน บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน มีผลต่อ
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม หรือไม่ อย่างไร
4. วัฒนธรรมองค์การของท่านเป็นอย่างไร ท่านคิดว่าวัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์มีผลต่อ
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม หรือไม่ อย่างไร
5. ท่านคิดว่าวัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์ อันได้แก่ วัฒนธรรมองค์การที่มีการมุ่งเน้น
ความสำเร็จ วัฒนธรรมองค์การที่มีการตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล วัฒนธรรมองค์การที่มีการบริหาร
จัดการแบบมีส่วนร่วม วัฒนธรรมองค์การที่มีการการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก มีผลต่อศักยภาพ
ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม หรือไม่ อย่างไร

ตอนที่ 5 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

1. ปัญหาและอุปสรรค ของการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเพื่อผลการ
ปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม มีอะไรบ้าง
2. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมเพื่อผล
การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างไร

ผู้จัดบันทึกการสัมภาษณ์.....

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....

สถานที่สัมภาษณ์.....





ที่ อว 8606 (พบ) / 237

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๓๐ มีนาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ สุขบำรุง

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาภาพความ
คิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 239

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๖๐ มีนาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สรณ โกชนจันทร์

ด้วย นางสาวพิชญพร พีรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตสาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากจуй)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 238

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๓๐ มีนาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธนูวัฒน์

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาภาพความ
คิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107





ที่ อว 8606 (พบ) / 414

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภินาส มากजूย)

ผู้อำนวยการแพนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / 415

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
 เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
 อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อักษมาส มากจ้อย)

ผู้อำนวยการแผนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
 รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
 เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 416

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาส มากจ้อย)

ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พท) / 417

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตสาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจุย)

ผู้อำนวยการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 418

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจ้อย)

ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / 419

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
 เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
 อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ด้วย นางสาวพิชญพร พีรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญพร พีรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจ้อย)

ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
 รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
 เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / 420

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ด้วย นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจ้อย)

ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / 421

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ด้วย นางสาวพิชญพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชญพร พิรพันธุ์ หมายเลขโทรศัพท์ 089 272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107





ที่ อว 8606(พบ)/ 62

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

40 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน อาจารย์

ด้วย นางสาวพิชมาพร พิรพันธุ์ รหัสประจำตัว 61604801 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจั มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศักยภาพ
ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิง
นวัตกรรม" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่
ในการสัมภาษณ์และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวพิชมาพร พิรพันธุ์
หมายเลขโทรศัพท์ 08 9272 7210 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาส มากจ้อย)

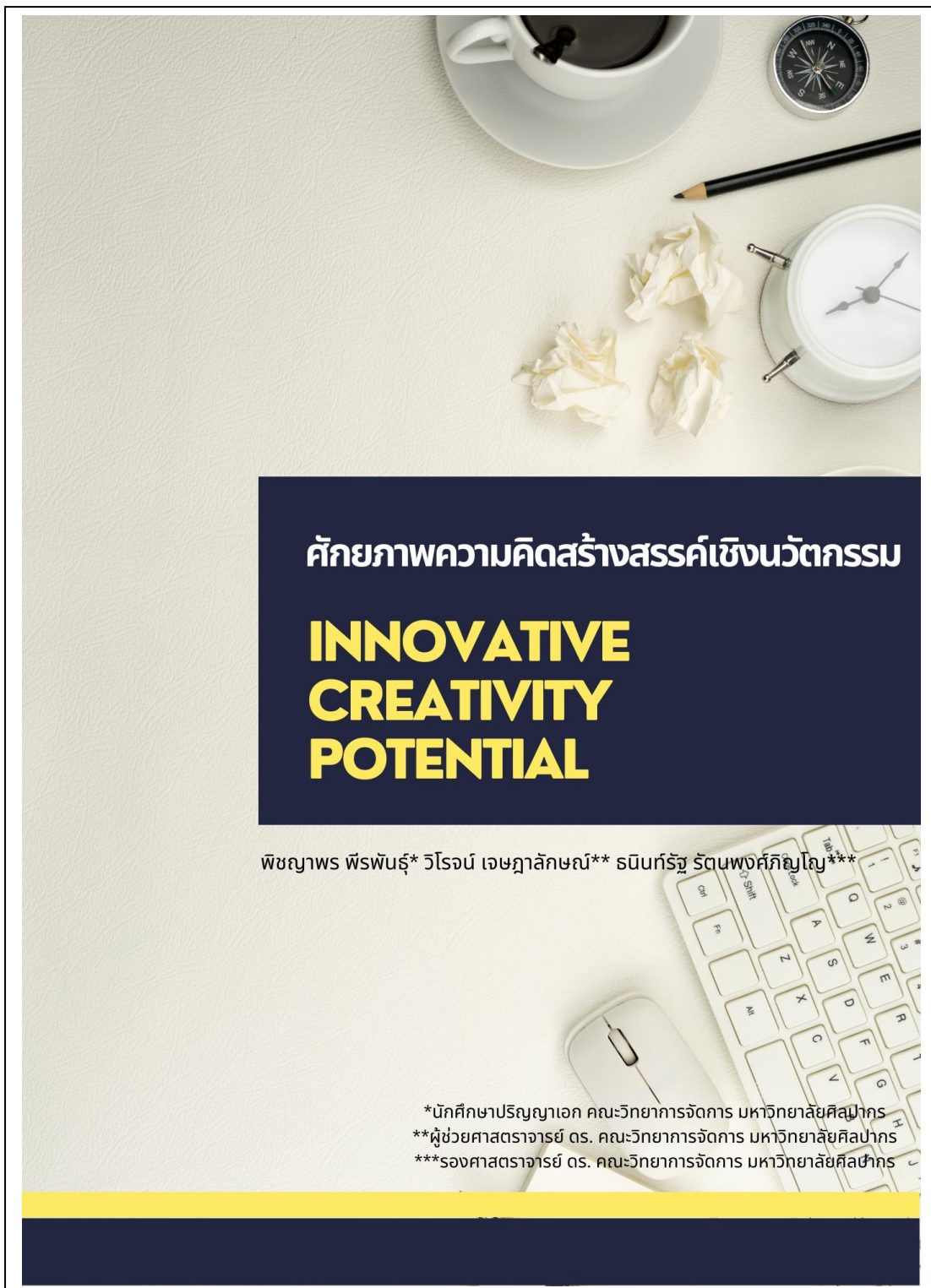
ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร. 09 8597 6555





ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

**INNOVATIVE
CREATIVITY
POTENTIAL**

พิชญพร พิรพันธุ์* วิจารณ์ เจษฎาลักษณ์** ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา***

*นักศึกษาปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
***รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



บทนำ

การก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นทักษะที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลง และเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการพัฒนาตนเองของบุคคล ที่สอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้สถานการณ์ วิกฤตทางสังคมและเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและพิกพัน นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลจึงเป็นตัวขับเคลื่อนในการยกระดับและสนับสนุนความสำเร็จขององค์กร

อย่างไรก็ตาม การที่จะผลักดันให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมขององค์กรได้นั้น ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรเป็นพื้นฐานในการริเริ่มนวัตกรรม ทักษะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของบุคลากรจึงได้กลายเป็นความสามารถหลักและเป็นแรงผลักดันที่เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

องค์กรจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ และต้องส่งเสริมพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม เพื่อให้บุคลากรสามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลง และจะนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร

ดังนั้น ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากร จึงเป็นความสามารถที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านทุนมนุษย์ ให้สามารถรับมือและอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง และยังเป็นการยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดขององค์กร ที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

ความสำคัญของความคิด สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม



- 01. สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน**
สมรรถนะหลักในศตวรรษที่ 21 รับมือต่อการเปลี่ยนแปลง
ของสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี
- 02. เพิ่มความสามารถในการแก้ปัญหา**
การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ แก้ไขปัญหาที่มีวามที่ซับซ้อน
สร้างวิธีการใหม่ๆ ในแก้ไขปัญหา
- 03. ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและการทำงานร่วมกัน**
ระดมสมอง สร้างทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความเป็นผู้นำ
สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน
- 04. ช่วยเพิ่มผลผลิตขององค์กร**
สร้างผลลัพธ์ที่มีประโยชน์และมีคุณค่า ต่อยอดองค์ความรู้
- 05. นำไปสู่นวัตกรรมองค์กร**
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับองค์กร

04



ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ เชิงนวัตกรรม (Innovative Creativity Potential)

คือทักษะและความสามารถของบุคคลในการคิดริเริ่มสิ่งแปลกใหม่ การแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ที่เกิดจากการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การบูรณาการความรู้ การประยุกต์ใช้ความรู้สู่การสร้างความคิดแปลกใหม่และมีประโยชน์ และนำความคิดนั้นไปพัฒนาเป็นผลลัพธ์หรือนำไปปฏิบัติให้เกิดการสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อองค์กร

องค์ประกอบ ของศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ เชิงนวัตกรรม

- ทักษะการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking Skills)
- การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning)
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (Creative Knowledge Sharing)
- การบูรณาการทางเทคโนโลยี (Technology Integration)
- การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process Development)

องค์ประกอบ ของศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม



1. ทักษะการคิดนอกกรอบ

ทักษะของการคิดอย่างสร้างสรรค์ ความสามารถในการมองหาวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหารูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากวิธีการเดิม ๆ โดยไม่ยึดติดกับกรอบแนวคิดเดิมและสามารถนำไปปรับใช้ได้กับทุกสถานการณ์

2. การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ความสามารถในการแสวงหาความรู้ และพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญของตนเองอย่างสม่ำเสมอ การประยุกต์ใช้และพัฒนาความรู้อยู่เสมอเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและขยายทักษะความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง



3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

การแบ่งปันความรู้ ความคิดความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ และทักษะต่าง ๆ อย่างหลากหลาย โดยการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ระหว่างบุคคล เพื่อร่วมงาน หรือกลุ่มในองค์กรผ่านกิจกรรม เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะของคนในองค์กรให้ขยายวงกว้างขึ้น



4. การบูรณาการทางเทคโนโลยี

ความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอย่างเต็มศักยภาพของบุคลากรในการพัฒนาส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนกระบวนการทำงานหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นำไปสู่พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบและบรรลุเป้าหมายของงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5. การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์

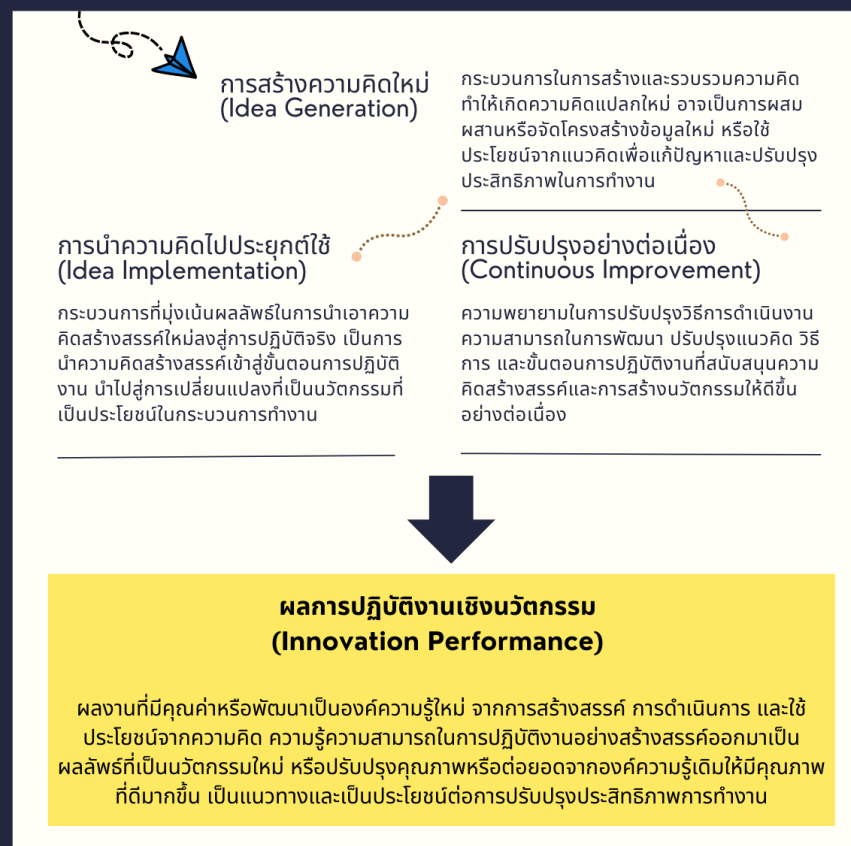
ความสามารถในการพัฒนากระบวนการทางความคิด วิธีการคิด ลำดับความคิด การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรม การค้นหาและสร้างแนวทางใหม่หรือทางเลือก เพื่อการแก้ปัญหาด้วยเทคนิควิธีการต่าง ๆ

06

ผลลัพธ์ ของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior)

พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดใหม่ หรือแนวทางการแก้ไขปัญหา และประยุกต์ใช้ความคิด กระบวนการ ผลงานและขั้นตอนในการทำงานใหม่ ๆ ในงาน กลุ่มงาน หรือองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคคลและขององค์กร



ปัจจัยเชิงสาเหตุ ของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate)

องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในองค์กร ที่ส่งเสริมการสร้าง และสนับสนุนพัฒนาแนวความคิดใหม่ ซึ่งบุคคลที่ทำงานในสภาพแวดล้อมนั้นสามารถรับรู้ได้ทั้งโดยตรงและทางอ้อม และมีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมของบุคลากร

สิ่งจูงใจขององค์กร (Organizational Incentives)

การรับรู้สิ่งสนับสนุนจากองค์กรทั้งที่เป็นรูปธรรมและการสนับสนุนทางด้านจิตใจที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ส่งเสริมการพัฒนาทักษะความสามารถ และการให้ผลตอบแทนอย่างเหมาะสม

ความพร้อมของทรัพยากร (Resource readiness)

การรับรู้การจัดสรรและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีคุณภาพและมีปริมาณที่เหมาะสมให้แก่บุคลากร และเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความพร้อมด้านข้อมูล การจัดสรรเงินทุน วัสดุ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

การส่งเสริมของหัวหน้างาน (Supervisory encouragement)

การรับรู้การให้การสนับสนุนทางอารมณ์และเครื่องมือแก่บุคลากร การพัฒนาความสัมพันธ์ในการกำกับดูแล ให้ความไว้วางใจ ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายและเห็นคุณค่าของบุคลากร การให้ความช่วยเหลือ และให้ความสำคัญกับการเป็นอยู่ที่ดี

งานที่มีความท้าทาย (Challenging work)

การรับรู้เป้าหมายของงานและกำหนดลักษณะงานที่มีความน่าสนใจและท้าทาย มีลักษณะเฉพาะ ที่ต้องใช้ความสามารถและทักษะที่หลากหลายในการทำงานให้สำเร็จ และสามารถใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ

อิสระในงาน (Work autonomy)

การรับรู้การเปิดโอกาสให้พนักงานใช้ทักษะความสามารถในการทำงานและตัดสินใจเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง อันเกิดจากการได้รับอำนาจ (empower) และความสามารถควบคุมการทำงานของตนเอง โดยไม่ถูกรบกวนหรือยึดติดกับกรอบที่เป็นข้อจำกัดทางความคิด

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงาน (Team Climate Inventory)

การรับรู้ร่วมกันของทีมที่มีต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน พฤติกรรม การปฏิบัติ และกระบวนการที่ได้รับการสนับสนุนภายในทีม การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และเปิดโอกาสให้สมาชิกเสนอความคิดใหม่ ๆ อย่างปลอดภัย สนับสนุนความพยายามในการนำเสนอสิ่งใหม่ และปรับปรุงวิธีการทำงาน

ปัจจัยเชิงสาเหตุ ของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Achievement orientation)

การรับรู้ลักษณะองค์กรที่มีค่านิยมมุ่งเน้นให้สมาชิกในองค์กรตั้งเป้าหมายและปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย มีหลักการและการวางแผนที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น มีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการทำงาน รู้สึกว่างานมีความหมายและมีความท้าทายอยู่ตลอดเวลา

การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participative Management)

การรับรู้ลักษณะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับสมาชิกในองค์กร โดยถือว่าสมาชิกคือทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร ได้รับการสนับสนุนความก้าวหน้าในการทำงาน เปิดโอกาสและกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็น และสร้างความรู้สึกร่วมกันของการมีส่วนร่วม

การตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล (Self-actualization awareness)

การรับรู้ลักษณะองค์กรมุ่งเน้นความต้องการของสมาชิกในองค์กรตามความคาดหวัง ให้ความสำคัญกับคุณภาพงานมากกว่าปริมาณงาน สนับสนุนให้สมาชิกพัฒนาตนเอง มีความอิสระในการพัฒนางาน มีทัศนคติที่เปิดกว้าง มีความเต็มใจในการทำงานและภูมิใจในงานของตน

การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interpersonal relations)

การรับรู้ลักษณะองค์กรที่มุ่งให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ให้ความสำคัญเป็นมิตร ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการแบ่งปันความคิด และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาย่างมีประสิทธิภาพ

วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (Constructive Organizational Culture)



วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และให้ความสำคัญกับค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมในการทำงานร่วมกัน ส่งเสริมให้สมาชิกภายในองค์กรประสบความสำเร็จในการทำงาน และช่วยตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จในการทำงาน

ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ ของ ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

บรรยากาศองค์กร
(Organizational
Climate)

วัฒนธรรมองค์กร
แบบสร้างสรรค์
(Constructive
Organizational
Culture)

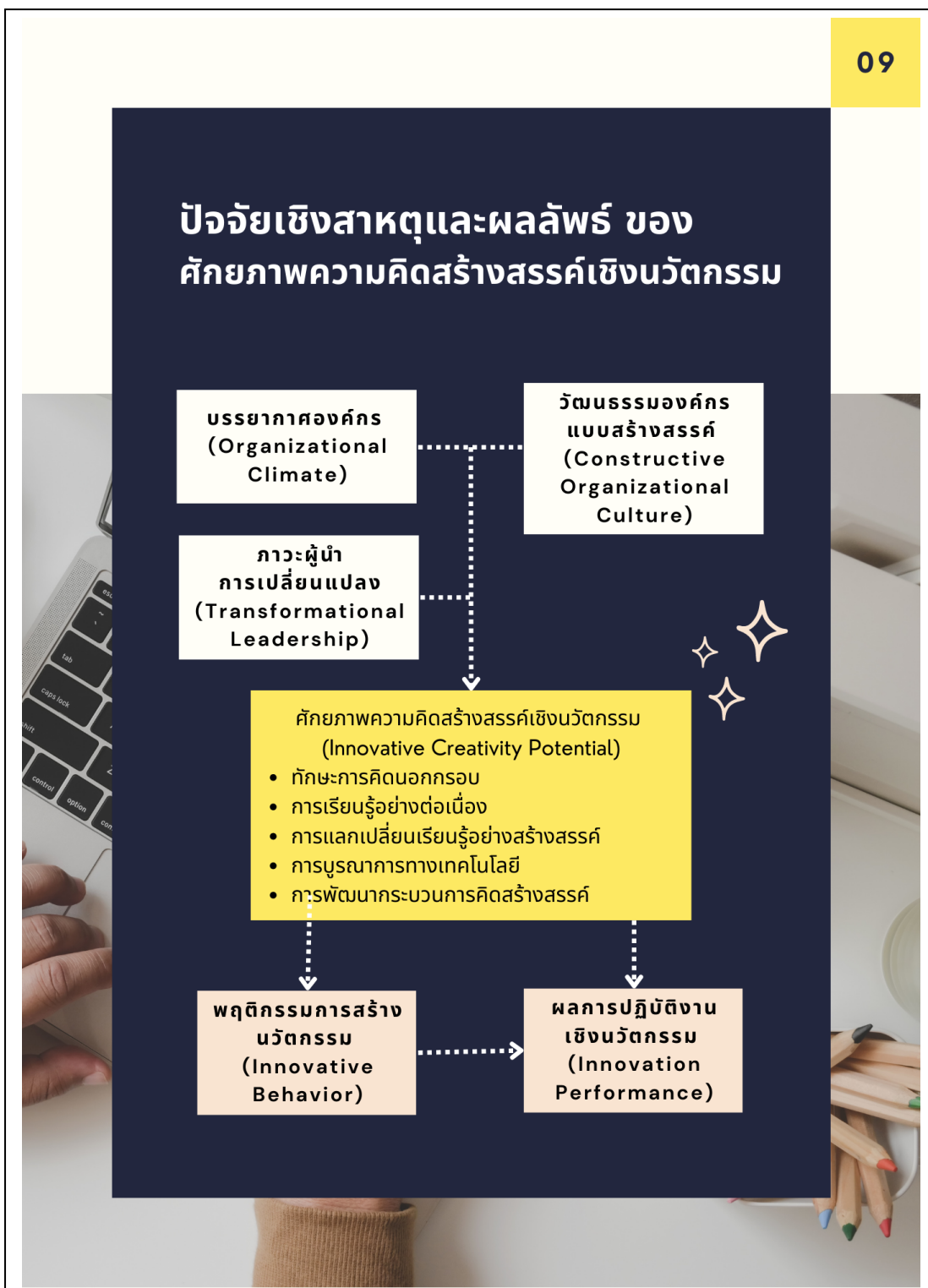
ภาวะผู้นำ
การเปลี่ยนแปลง
(Transformational
Leadership)

ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม
(Innovative Creativity Potential)

- ทักษะการคิดนอกกรอบ
- การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสรรค์
- การบูรณาการทางเทคโนโลยี
- การพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์

พฤติกรรมสร้าง
นวัตกรรม
(Innovative
Behavior)

ผลการปฏิบัติงาน
เชิงนวัตกรรม
(Innovation
Performance)



ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม



1. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางและพัฒนากิจกรรมความรู้ความสามารถของบุคลากร และส่งเสริมกระบวนการคิดในแนวสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ให้แก่องค์กร และสามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางและปรับปรุงสภาพแวดล้อมในองค์กร ทั้งปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางสังคม-จิตวิทยา หรือการบริหารจัดการ ที่ส่งเสริมการสร้าง การยอมรับ และตระหนักถึงความสำคัญ และสนับสนุนพัฒนาความคิดใหม่
3. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการแสดงความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม โดยส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานร่วมกัน ส่งเสริมให้สมาชิกภายในองค์กรประสบความสำเร็จ ตระหนักถึงศักยภาพของบุคคล และให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก
4. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านทรัพยากร เนื่องจากความพร้อมของทรัพยากรขององค์กร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นและเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน เหมาะสมและมีคุณภาพต่อการปฏิบัติงาน
5. บุคลากรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของตนเอง ให้มีการพัฒนากิจกรรมความรู้ความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการคิดนอกกรอบ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสรรค์ การบูรณาการทางเทคโนโลยี และการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และต่อยอดให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



คู่มือฉบับนี้พัฒนาขึ้นจากวิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เรื่อง ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ขอขอบคุณ
 คณาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 มหาวิทยาลัยราชภัฏจตุรดิตถ์ ผู้สนับสนุนทุนการศึกษา
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
 ผู้มีผลงานวิชาการทุกรูปแบบทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ
 บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 ภาพกราฟฟิกประกอบเนื้อหาจาก canva.com, freepik.com



☎️ ✉️ 📍
 สนใจหรือต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม
 สามารถติดต่อ
 นางสาวพิชญาพร พิรพันธุ์
 e-mail: pichayapich88@gmail.com

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พิชญาพร พืรพันธุ์
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2549 วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยนเรศวร
	พ.ศ. 2551 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยนเรศวร
	พ.ศ. 2566 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร

